

**ANALISIS PENGARUH SUMBER DAYA INSANI TERHADAP  
HARGA (KUALITAS KOPI SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING)**

**(Studi Kasus Pada Petani Kopi Desa Sedayu Kecamatan Semaka  
Kabupaten Tanggamus)**



**Skripsi**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Oleh:**

**Isnaini Susbadiyah**

**1451010059**

**Jurusan: Ekonomi Syari'ah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1440 H/ 2018 M**

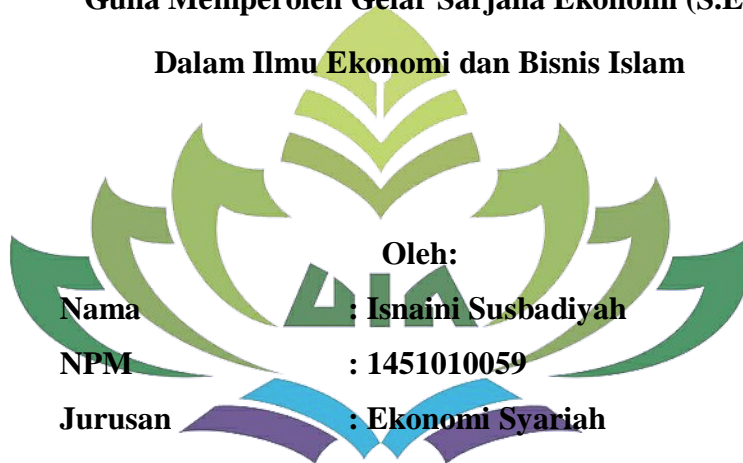
**ANALISIS PENGARUH SUMBER DAYA INSANI TERHADAP  
HARGA (KUALITAS KOPI SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING)  
(Studi Kasus Pada Petani Kopi Desa Sedayu Kecamatan Semaka  
Kabupaten Tanggamus)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat**

**Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Oleh:**

**Nama : Isnaini Susbadiyah**

**NPM : 1451010059**

**Jurusan : Ekonomi Syariah**

**Pembimbing I : Hj. Mardhiyah Hayati, S.P., M.Si.**

**Pembimbing II : Liya Ermawati, S.E.,M.S.Ak.**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1439 H / 2018 M**

## ABSTRAK

Indonesia merupakan negara beriklim tropis yang sesuai dengan sektor pertanian. Sektor pertanian merupakan sektor yang diunggulkan karena mata pencaharian penduduk Indonesia sebagian besar adalah bertani. Sektor pertanian tersebut meliputi beberapa subsektor, yaitu hortikultura, tanaman pangan, peternakan, perikanan, perkebunan, dan kehutanan. Salah satu komoditas unggulan perkebunan yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian adalah kopi. Kopi berperan sebagai penyedia lapangan kerja, sumber pendapatan, dan devisa melalui ekspor.

Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah sumber daya insani berpengaruh terhadap kualitas kopi? Apakah harga berpengaruh terhadap kualitas kopi? Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sumber daya insani dalam meningkatkan kualitas kopi dan untuk mengetahui pengaruh harga kualitas kopi. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Populasi sebanyak 34.852 orang pada tahun 2016 dan diambil sampel sebanyak 45 orang menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu sampel dipilih dengan kriteria tertentu. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis menggunakan analisis jalur atau jalur path.

Secara keseluruhan hasil analisis jalur path dan uji hipotesis dapat disimpulkan bahwa pada output Regresi Model I pada bagian tabel coefficient dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel yaitu  $X_1 = 0,258$  lebih besar dari 0,05. Hasil ini memberikan kesimpulan bahwa Regresi Model I, yakni variabel  $X_1$  tidak berpengaruh signifikan terhadap  $Y$  atau  $H_0$  diterima.  $X_1$  mampu menjelaskan  $Y$  atau nilai  $R^2$  atau  $R$  Square yang terdapat pada tabel Model Summary adalah sebesar 0,030, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau sumbangan  $X_1$  terhadap  $Y$  adalah sebesar 3% sementara sisanya 97% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Dari hasil Regresi Model II dapat disimpulkan bahwa analisis jalur  $X$  ke  $Y$  sebesar 0,258 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang berarti Sumber Daya Insani tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Harga. Analisis pengaruh  $X_1$  ke  $M$  terhadap  $Y$  sebesar  $X_1 = 0,424$   $M = 0,037$  Artinya pengaruh langsung  $X$  ke  $Y = 0,258$ , sedangkan pengaruh tidak langsung  $X_1$  melalui  $M$  terhadap  $Y$  adalah  $= 0,424 \times 0,037 = 0,461$ . Berdasarkan hasil di atas, maka pengaruh total  $M$  yang diberikan  $X_1$  terhadap  $Y$  adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung yaitu  $0,258 + 0,461 = 0,719$ . Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa pengaruh langsung sebesar 0,258, dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,719 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung  $X_1$  melalui  $M$  tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap  $Y$ .





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**  
**LAMPUNG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Sekretariat : Jl. Letkol. H. Endero Suratmin, Sukarama-Bandar Lampung, 35131 Tlp. 0721-703260*

**PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH SUMBER DAYA INSANI  
TERHADAP HARGA (KUALITAS KOPI SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING) (Studi Kasus Pada Petani  
Kopi Desa Sedayu Kecamatan Semaka Kabupaten  
Tanggamus)**

Nama : **Isnaini Susbadiyah**  
NPM : **1451010059**  
Jurusan : **Ekonomi Syari'ah**  
Fakultas : **Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**DISETUJUI**

untuk dimunaqsyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I,**

**Pembimbing II,**

**Hj. Marchiyah Hayati, S.P., M.S.I**

**Liya Ermawati, S.E., M.S.Ak.**

**NIP.197605292008012010**

**NIP.-**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah**

**Madnasir, S.E., M.S.I**

**NIP.197504242002121001**





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Sekretariat : Jl. Letkol. H. Endero Suratmin, Sukarama-Bandar Lampung, 35131 Tlp. 0721-703260*

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan Judul **“ANALISIS PENGARUH SUMBER DAYA INSANI TERHADAP HARGA (KUALITAS KOPI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING). (Studi Kasus Pada Petani Kopi Desa Sedayu Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus)”**, disusun oleh **Isnaini Susbadiyah, NPM: 1451010059, Jurusan: Ekonomi Syari’ah**, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal **Selasa, 18 Desember 2018**.

**TIM MUNAQASYAH**

**Ketua sidang : Syamsul Hilal, M.Ag.**

**Sekretaris : Yusuf Bachtiar, M.E.I.**

**Penguji I : Femei Purnamasari, S.E., M.Si.**

**Penguji II : Liya Ermawati, S.E., M.S.Ak**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Dr. Moh. Bahrudin, M.A**

**5808241989031003**



## MOTTO

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ  
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya :Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”(At-Taubah:105)



## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT karena atas izin dan ridho-Nya yang telah memudahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, penulisan skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Orangtuaku Bapak Iskandar Nurdin dan Alm. Ibu Musilah yang sangat aku cintai dengan penuh ketulusan dan keikhlasan yang tiada rasa letih membimbingku agar selalu menjaga iman dan taqwa serta selalu berdoa untuk kesuksesanku baik dunia maupun akhirat.
2. Kakakku Bahrudin dan istrinya Dewi Bahrudin serta keponakanku Laila Reta Amanda MB yang selalu memberikan nasehat serta dukungannya.
3. Kakakku tercinta Sabaryanto, S.H yang senantiasa selalu memberikan motivasi dan keceriaannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh keluarga besarku yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil, perhatian, kasih sayang dan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Almamaterku tercinta tempatku menimba ilmu UIN Raden Intan Lampung. Semoga semakin jaya, maju dan berkualitas.

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Lampung, Penyandingan, 18 Desember 1996 dan dianugerahi sebuah nama oleh Ayahanda Iskandar Nurdin dan Ibunda Musilah yaitu Isnaini Susbadiyah. Anak ketiga dari tiga bersaudara.

Riwayat pendidikan yang pernah ditempuh oleh penulis adalah:

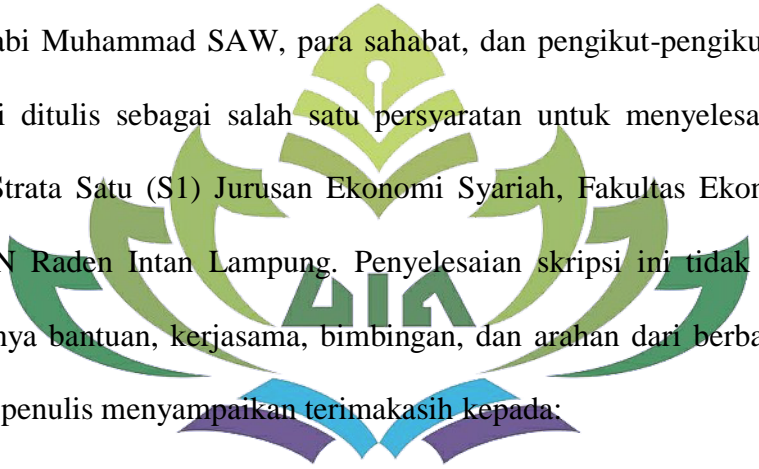
1. Pendidikan dimulai dari sekolah di SDN 1 Penyandingan dan selesai pada tahun 2008.
2. Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Sukajaya dan selesai pada tahun 2011
3. Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Maja dan selesai pada tahun 2014.
4. Penulis diterima sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah, di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung melalui Seleksi Prestasi Akademik Nasional-Perguruan Tinggi Keislaman Negeri (SPAN-PTKIN) pada tahun 2014.



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmannirahim*

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Sumber Daya Insani Terhadap Harga (Kualitas Kopi Sebagai Variabel Intervening)” dapat diselesaikan. Shalawat serta salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat, dan pengikut-pengikutnya yang setia. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung. Penyelesaian skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa adanya bantuan, kerjasama, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada:



1. Dr. Moh. Bahrudin, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa tanggap terhadap kesulitan mahasiswa. Serta pimpinan dan karyawan fakultas ekonomi dan bisnis Islam yang telah membantu dan memberikan informasi data, referensi dll.
2. Hj. Mardhiyah Hayati.,S.P., M.S.I dan Liya Ermawati, S.E., M.S.Ak selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktunya untuk mengarahkan penulis hingga penulisan skripsi ini selesai.

3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung. Pimpinan dan karyawan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Universitas yang telah memberikan informasi, data, referensi, dan lain-lain.
4. Petani Kopi Desa Sedayu Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus yang telah membantu penulis dalam mendapatkan data-data penelitian serta memberikan penjelasan mengenai data-data tersebut.
5. Sahabatku, Ani Bresti Muspita, Nindy Amelia Putri, Siska Henita, Meli Dwi Saputri, Kiki Rizki Ananda Fauziah, Ria Nurhabibah, Lusiana dewi, Monica Damayanti, yang selalu memberi semangat dan nasihat yang luar biasa kepada penulis.
6. Sahabat-sahabat seperjuanganku EI E, terimakasih telah berjuang dan berproses bersama-sama serta teman-teman Ekonomi Islam angkatan 2014 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, semoga kita menjadi alumni yang bermanfaat dan senantiasa menjunjung tinggi nilai-nilai Islam.
7. Serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu, namun telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.



Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal itu tidak lain disebabkan keterbatasan waktu, dana, dan kemampuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu kepada para pembaca kiranya dapat memberikan masukan dan saran untuk melengkapi hasil penelitian ini. Peneliti berharap hasil penelitian ini akan menjadi sumbangan yang berarti dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	3
C. Latar Belakang Masalah.....	4
D. Batasan Masalah .....	15
E. Rumusan Masalah .....	15
F. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	16
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Sumber Daya Insani .....	18
1. Pengertian Sumber Daya Insani .....	18
2. Sumber Daya Insani dalam Perspektif Islam .....	20
3. Karakteristik Sumber Daya Insani .....	23
4. Implementasi Karakteristik Sumber Daya Insani dalam Bisnis .....	25



B. Harga .....	28
1. Pengertian Harga .....	28
2. Harga Pokok Produksi .....	29
3. Konsep Harga dalam Islam .....	30
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga .....	32
5. Tujuan Penetapan Harga .....	36
6. Teori Penetapan Harga Secara Ekonomi Islam .....	38
7. Dasar Hukum Penetapan Harga .....	41
C. Kualitas Kopi .....	42
D. Penelitian Terdahulu .....	46
E. Kerangka Pemikiran .....	47
F. Hipotesis .....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	52
B. Sumber Data .....	53
C. Populasi dan Sampel .....	53
D. Metode Penumpulan Data .....	54
E. Pengolahan Data .....	56
F. Metode Analisis Data .....	57
1. Uji Validitas .....	57
2. Uji Reliabilitas .....	68
3. Uji Asumsi Klasik	
a. Uji Normalitas .....	59
b. Uji Multikolinearitas .....	59
c. Uji Heteroskedastisitas .....	59
4. Analisis Jalur atau Path .....	60
G. Variabel Penelitian dan Pengukuran .....	62

## **BAB IV PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	65
1. Gambaran Umum Desa Sedayu Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus.....	65
2. Visi dan Misi Desa Sedayu Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus.....	67
3. Tujuan Desa Sedayu Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus .....	68
4. Administrasi Pemerintahan.....	69
5. Data Kependudukan .....	70
B. Gambaran Umum Responden .....	72
1. Karakteristik Responden .....	72
a. Responden Berdasarkan Usia.....	72
b. Responden Berdasarkan Pendapatan.....	73
C. Gambaran Hasil Penelitian.....	73
1. Uji Validitas .....	73
2. Uji Reliabilitas .....	75
3. Uji Asumsi Klasik .....	77
a. Uji Normalitas .....	77
b. Uji Multikolinearitas .....	79
c. Uji Heteroskedasitas.....	81
4. Uji Hipotesis .....	
a. Analisis Jalur Path.....	82
D. Pembahasan.....	85



## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	90
B. Saran.....	91

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahuluy .....	46
Tabel 3.2 Operasional Variabel .....	63
Tabel 4.3 Data Kependudukan.....	71
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	72
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	73
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Terhadap SDI.....	74
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Terhadap Kualitas Kopi .....	74
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Terhadap Harga.....	75
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Terhadap SDI .....	75
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Kualitas Kopi .....	76
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Harga.....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Dengan Metode One Sample Kolmorov Smirnov .....	79
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas.....	80
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas .....	80
Tabel 4.15 Analisis Path regresi I.....	82
Tabel 4.13 Analisis Path Rergesi II .....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Penelitian .....	50
Gambar 3.2 Model Analisis Jalur .....	61
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Residual P-Plot .....	78
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	81



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Penegasan Judul

Judul merupakan gambaran utama permasalahan pada suatu penelitian karya ilmiah. Untuk memberi gambaran yang jelas dan untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Sumber Daya Insani Terhadap Harga (Kualitas Kopi Sebagai Variabel Intervening). (Studi Kasus Pada Petani Kopi Desa Sedayu Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus).** Maka perlu penulis jelaskan apa yang dimaksud dengan judul tersebut.

1. Pengaruh adalah akibat asosiatif yang mencari pertautan nilai antara satu variabel dengan variabel lain.<sup>1</sup>
2. Sumber Daya Insani adalah Manusia dapat diartikan sebagai makhluk yang berakal budi. Manusia juga dapat diartikan sebagai sebuah konsep atau fakta , sebuah kelompok genus atau seseorang individu dalam hubungan dengan lingkungan yang merupakan suatu organisme hidup. Sumber daya Insani (SDI) adalah salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi, baik institusi maupun perusahaan. SDI juga merupakan kunci yang menentukan perkembangan perusahaan. Pada hakikatnya, SDI berupa manusia yang dipekerjakan di sebuah

---

<sup>1</sup>Sugiyono, *Penelitian Administratif*, (Bandung: Alfabeta, 2001), h. 7



organisasi sebagai penggerak untuk mencapai tujuan organisasi itu.<sup>2</sup>

Warther dan davis yang dikutip oleh Edy Sutrisno mengatakan bahwa sumber daya insani adalah pegawai yang siap, mampu, dan siaga dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi. Timbulnya kebutuhan untuk membantu organisasi dalam melaksanakan tujuannya merupakan profesionalisme dalam bekerja. Kebutuhan akan profesionalisme menunjukkan bahwa semakin berperanya sumber daya insani dalam mencapai keberhasilan organisasi.<sup>3</sup>

3. Harga menurut Islam adalah sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang /jasa di mana kesepakatan tersebut diridai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang/ jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli. yang menentukan harga adalah permintaan produk/jasa oleh para pembeli dan pemasaran produk /jasa dari para pengusaha/pedagang. Jadi harga-harga ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran pasar yang membentuk suatu titik keseimbangan. Titik keseimbangan itu merupakan kesepakatan

---

<sup>2</sup>Veithzal Rivai, *Kepemimpinan dan Perilaku Orang*, (Jakarta: Rajawali Press, 2009), h. 366

<sup>3</sup><http://elib.unikom.ac.id/download.php?id=95573>(diakses pada tanggal 25 Maret 2017 pukul 10:12)

antara para pembeli dan para penjual yang saling *ridha* dalam bertransaksi. Titik keseimbangan itulah dinamakan dengan harga.<sup>4</sup>

4. Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan<sup>5</sup>
5. Variabel Intervening adalah variabel secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela / antara variabel independen dengan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka yang dimaksud dengan judul ini adalah **Bagaimana Pengaruh Sumber Daya Insani Terhadap Harga (Kualitas Kopi Sebagai Variabel Intervening)**

## B. Alasan Memilih Judul

Adapun yang menjadi alasan penulis untuk memilih dan menetapkan judul ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Objektif

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk Kopi di desa Sedayu

---

<sup>4</sup>Muhammad Birusman Nuryadin, *Harga Dalam Perspektif Islam*, (MAZAHIB Vol. IV, No. 1 Juni 2017, dikutip pada tanggal 7 Februari 2018

<sup>5</sup>Angipora, *Pengaruh Kualitas Produk*, (Semarang: Journal Of Management Vol. 2, No. 3) , dikutip pada tanggal 7 Februari 2018

## 2. Secara subjektif

- a. Memberikan pengetahuan bagi penulis, pembaca serta pihak pemerintah dalam mengenai pengaruh harga dan kualitas kopi di kecamatan Semaka. Pembahasan ini sangat relevan dengan disiplin ilmu pengetahuan yang penulis pelajari di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam.
- b. Tersedianya berbagai literatur ataupun sumber lainnya seperti jurnal, artikel dan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebagai referensi kajian dan data, sehingga nantinya dapat selesai tepat pada waktunya.
- c. Lokasi penelitian ini yang mudah dijangkau dari segi transportasi maupun dalam hal pengumpulan data.

## C. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara beriklim tropis yang sesuai dengan sektor pertanian. Sektor pertanian merupakan sektor yang diunggulkan karena mata pencaharian penduduk Indonesia sebagian besar adalah bertani. Sektor pertanian tersebut meliputi beberapa subsektor, yaitu hortikultura, tanaman pangan, peternakan, perikanan, perkebunan, dan kehutanan. Subsektor perkebunan merupakan salah satu subsektor penting dalam sektor pertanian. Subsektor pertanian memiliki kontribusi yang signifikan dalam perekonomian Indonesia yaitu pada penyediaan lapangan pekerjaan dan penghasil devisa.

Salah satu komoditas unggulan perkebunan yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian adalah kopi. Kopi berperan

sebagai penyedia lapangan kerja, sumber pendapatan, dan devisa melalui ekspor. Menurut Asosiasi Ekspor dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) (2012), dari total produksi kopi, sekitar 67 persen diekspor sedangkan sisanya 33 persen untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Kopi yang di ekspor 70 persen diantaranya berasal dari Propinsi Lampung, hal tersebut menunjukkan bahwa Propinsi Lampung merupakan sentra produksi kopi di Indonesia.<sup>6</sup>

Petani adalah seseorang yang bergerak di bidang pertanian, utamanya dengan cara melakukan pengelolaan tanah dengan tujuan untuk menumbuhkan dan memelihara tanaman seperti padi, bunga, buah, dan lain-lain, dengan harapan untuk memperoleh hasil dari tanaman tersebut untuk digunakan sendiri ataupun menjualnya kepada orang lain.<sup>7</sup>

Kemampuan manajerial oleh petani akan diwarnai oleh beberapa hal, salah satunya adalah tingkat pendidikan. Tingkat pendidikan ini akan berafiliasi dengan pola pikir dan kualitas sumber daya manusia. Pendidikan yang tinggi tentunya akan membentuk pola fikir dengan pola wawasan yang luas dan memiliki tingkat kualitas sumber daya manusia yang baik. Sedangkan tingkat pendidikan petani yang rendah akan mencetak petani-petani yang sulit menerima inovasi baru bahkan cenderung menolak atau menghalangi serta rendah dalam penguasaan teknologi yang berujung pada rendahnya kualitas sumber daya manusia. Petani memiliki cara yang berbeda-beda dalam mengelola

---

<sup>6</sup>AEKI, *Luas Areal dan Produksi Kopi di Indonesia*, (Jakarta: Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia, 2012), h. 15

<sup>7</sup>Idianto, *Op., Cit.*, (2006), h. 54



usaha taninya tergantung pada faktor-faktor produksi yang mereka kuasai.

Petani yang memiliki lahan yang luas membutuhkan sarana produksi pertanian yang lebih banyak di bandingkan petani dengan lahan sempit. Petani berlahan luas akan menggunakan alat dan mesin pertanian yang dapat memudahkan mereka dalam pengolahan tanah, pemeliharaan tanaman, pemanenan serta pengolahan hasil. Mereka membutuhkan tenaga kerja dan modal yang lebih besar untuk menjalankan kegiatan usaha tani yang mereka usahakan<sup>8</sup>

Dasar tentang pertanian, sebagaimana firman Allah dalam Surat Al-An'Am ayat 141.



وَهُوَ الَّذِي أَنشَأَ جَنَّاتٍ مَّعْرُوشَاتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوشَاتٍ وَالنَّخْلَ وَالزَّرْعَ مُخْتَلِفًا أَكْلُهُ وَالزَّيْتُونَ وَالرُّمَانَ مُتَشَابِهًا وَغَيْرَ مُتَشَابِهٍ ۚ كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَءَاتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ ۚ وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: "Dan dialah yang menjadikan tanaman-tanaman yang merambat dan yang tidak merambat, pohon kurma, tanaman yang beraneka ragam rasanya, zaitun dan delima yang serupa (rasanya). Makanlah buahnya apabila ia berbuah dan berikanlah haknya (zakat) pada waktu memetik hasilnya, tapi janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan."<sup>9</sup>

Tidak bisa dipungkiri bahwa petani di Indonesia memiliki kualitas sumber daya manusia yang masih rendah. Rendahnya kualitas sumber daya manusia ini dipengaruhi oleh tingkat pendidikan yang rendah.

<sup>8</sup>Soekodjo Notoatmodjo, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009), h. 1

<sup>9</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Diponegoro, Jawa Barat, 2010)h. 146

Rata-rata petani kita adalah petani yang tidak pernah sekolah, tidak lulus SD, atau lulusan SD. Hanya sedikit yang lulus sekolah menengah atau perguruan tinggi.

Sumber daya manusia yang baik akan menghasilkan petani yang unggul dan berkualitas. Sehingga dapat dimungkinkan sebuah perkembangan yang akan signifikan untuk merubah taraf hidup masyarakat petani menjadi lebih baik. Melalui pemberdayaan petani kopi, diharapkan adanya sarana dan prasarana yang mendukung agar sumber daya manusia dapat mengetahui, menanamkan cara, bagaimana agar kualitas sumber daya manusia menjadi lebih baik dan dapat bersaing. Sehingga nantinya hal tersebut akan berkembang dari waktu ke waktu dan dapat menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas<sup>10</sup>

Keberhasilan pengelolaan organisasi atau perusahaan ditentukan oleh kegiatan pemberdayaan sumber daya manusia, sebagai penggerak utama meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam mencapai keuntungan maupun eksistensi kelangsungan hidup perusahaan secara maksimal. Keterpurukan ekonomi nasional yang berkepanjangan, merupakan salah satu akibat dari rendahnya kualitas sumber daya manusia dalam menghadapi persaingan ekonomi global.<sup>11</sup>

Keberdayaan masyarakat, adalah unsur-unsur yang memungkinkan masyarakat mampu bertahan dan (dalam pengertian yang dinamis) mampu mengembangkan diri untuk mencapai tujuan-tujuannya. Karena

---

<sup>10</sup>Idianto, *Op., Cit.*, (2006), h. 58

<sup>11</sup>Hadari Namawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta, Gajahmada Univercity Press, 2007), h. 05

itu, memberdayakan masyarakat merupakan upaya untuk (terus menerus) meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat “bawah” yang tidak mampu melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Diperlukan adanya pemberdayaan untuk membangun perkembangan petani kopi pada sumber daya manusia yang memang harus dimiliki setiap individu. Karena itu, pemberdayaan dapat diartikan sebagai proses terencana guna meningkatkan skala utilitas dari obyek yang diberdayakan.<sup>12</sup> Dasar pemikiran suatu obyek atau target group perlu diberdayakan karena obyek tersebut mempunyai keterbatasan, ketidakberdayaan, keterbelakangan dan kebodohan dari berbagai aspek. Oleh karenanya guna mengupayakan kesetaraan serta untuk mengurangi kesenjangan diperlukan upaya merevitalisasi untuk mengoptimalkan utilitas melalui penambahan nilai. Penambahan nilai ini dapat mencakup pada ruang bidang aspek sosial, ekonomi, kesehatan, politik dan budaya.

Dalam ekonomi pertanian, hasil usaha tani, hasil panen, atau sangat sering disingkat hasil saja, adalah besaran yang menggambarkan banyaknya produk panen usaha tani yang diperoleh dalam satu luasan lahan dalam satu siklus produksi. Wujud fisik hasil berbeda-beda tergantung komoditi. Untuk tanaman penghasil biji-bijian (sereal dan legum) hasil yang dihitung adalah bulir atau biji yang telah dikeringkan. Pada berbagai tanaman sayuran hasil yang dihitung adalah buah atau

---

<sup>12</sup>Idianto, *Op., Cit.*, (2006), h. 59

daun atau seluruh bagian di atas permukaan tanah. Sisa panen di bagian atas permukaan tanah yang tidak dihitung sebagai hasil usaha tani.

Sebagaimana firman Allah SWT. Dalam Al-Qur'an surat Ya`Sin ayat 33-35:

وَأَيُّ لَّهُمُ الْأَرْضُ الْمَيِّتَةُ أَحْيَيْنَاهَا وَأَخْرَجْنَا مِنْهَا حَبًّا فَمِنْهُ يَأْكُلُونَ وَجَعَلْنَا فِيهَا جَنَّاتٍ مِّنْ نَّخِيلٍ وَأَعْنَابٍ وَفَجَّرْنَا فِيهَا مِنَ الْعُيُونِ لِيَأْكُلُوا مِن ثَمَرِهِ وَمَا عَمِلَتْهُ أَيْدِيهِمْ أَفَلَا يَشْكُرُونَ

Artinya: “Dan suatu tanda (kebesaran Allah) bagi mereka adalah bumi yang mati (tandus). Kami hiduipkan bumi itu dan Kami Keluarkan darinya bijibijian, maka dari (biji-bijian) Itu mereka makan. Dan Kami jadikan Padanya dibumi itu kebun-kebun kurma dan anggur dan Kami pancarkan padanya beberapa air, agar mereka dapat makan dari buahnya, dan dari hasil usaha tangan mereka. Maka mengapa mereka tidak bersyukur.”<sup>13</sup>

Harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk, sehingga harga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Menurut Supriadi harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Setelah produk yang diproduksi siap untuk dipasarkan, maka perusahaan akan menentukan harga dari produk tersebut. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa harga menjadi peranan yang sangat penting dalam

<sup>13</sup>Departemen Agama RI, *Op., Cit.*, (2010), h. 442



pemasaran dan menjadi suatu nilai yang melekat dan tidak terpisahkan pada suatu barang dan nilai tersebut dinyatakan dengan alat tukar.<sup>14</sup>

Kualitas produk terhadap Keputusan konsumen selain mempertimbangkan harga konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk yang akan di beli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dan kualitas produk yang diterima. Produk menurut Tjiptono adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsume, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Dengan kualitas produk yang baik akan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan konsumen akan suatu produk.<sup>15</sup>

Banyak ayat dalam Al-Qur'an yang mendorong perdagangan dan perniagaan, dan Islam menyatakan sikap bahwa tidak boleh ada hambatan bagi perdagangan dan bisnis yang jujur dan halal yang sesuai dengan etika bisnis dalam Islam, agar setiap orang memperoleh penghasilan, menafkahi keluarga, dan memberi sedekah kepada mereka yang kurang beruntung. Sebagaimana Islam mengatur dan mempengaruhi semua bidang kehidupan lainnya, demikian pula ia mengatur etika persaingan industri dan perniagaan yang sesuai dengan Islam. Islam mewajibkan para pengindustri dan pedagang untuk berbuat adil, jujur dan amanah demi terciptanya kebahagiaan manusia (falah)

---

<sup>14</sup>Supriadi, *Kualitas Produk, Merek dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Percetakan Mitra Cars di Manado. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen*, (Manado, 2013)

<sup>15</sup>Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset , 2008), h. 95

dan kehidupan yang baik yang sangat menekankan aspek persaudaraan, keadilan, sosial ekonomi, dan pemenuhan kebutuhan spiritual umat manusia.<sup>16</sup>

Rasulullah saw adalah pebisnis yang jujur dan adil dalam membuat perjanjian bisnis. Ia tidak pernah membuat para pelanggan mengeluh. Beliau sering menjaga janjinya dan menyerahkan barang-barang yang di pesan dengan tepat waktu. Rasulullah saw pun senantiasa menunjukkan rasa tanggungjawab yang besar dan integritas yang tinggi dalam berbisnis.

Dengan kata lain, beliau melaksanakan prinsip manajemen bisnis modern yaitu kepuasan pelanggan, pelayanan yang unggul, kemampuan, efisiensi, transparan, persaingan yang sehat dan kompetitif. Persaingan yang positif dan kompetitif yang di lengkapi dengan daya saing yang tinggi seperti daya saing harga, daya saing kualitas, daya saing pemasaran, dan daya saing jaringan kerja menjadi pendorong bagi perindustrian yang sudah lama berdiri maupun yang baru bemunculan untuk menguasai pasar dan menjadi *leader market*.

Kabupaten Tanggamus merupakan sentra produksi di Propinsi Lampung. Kebun kopi di Kabupaten Tanggamus umumnya didominasi oleh rumah tangga petani yang kurang di kelola dengan baik. Tanaman kopi adalah tanaman tahunan yang hanya menghasilkan sekali dalam satu tahun. Sebagian besar petani di Kabupaten Tanggamus menggantungkan hidupnya dari hasil produksi tersebut. Semakin

---

<sup>16</sup>Latifa M. Algaoud dan Mervyn, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2005), h. 45

rendah produksi kopi maka pendapatan yang diperoleh juga akan semakin rendah, begitu pula sebaliknya. Rendahnya pendapatan rumah tangga petani akan menentukan jenis dan jumlah pangan yang dikonsumsi dan secara tidak langsung akan berpengaruh pada tingkat ketahanan pangan rumah tangga petani.

Badan perencanaan pembangunan daerah (Bappeda) Tanggamus kian kencang berlari memajukan program rencana aksi pengembangan dan Pelestarian Kopi Tanggamus. Tak tanggung-tanggung program inipun sudah diboyong Bappeda ke kancah nasional.

Keseriusan Bappeda mengembangkan sekaligus melestarikan biji bernama ilmiah *Coffea Canephora* itu, diimplementasikan dengan terbitnya Surat Keputusan (SK) Bupati Tanggamus Nomor: B.232/3510/2016 tanggal 25 Juli 2016 tentang Tim Koordinasi Pengembangan dan Pelestarian Kopi Lampung di Bumi Begawi Jejama.

Kepala Bappeda Hendra Wijaya Mega, Tanggamus mempunyai luas wilayah sekitar 285. 546, 00 hektare. Didalamnya terdapat kawasan hutan sekitar 147. 749, 11 ha dan luas perkebunan 85, 924, 65 ha. Lalu data statistik tahun 2016 seluas 43. 916, 00 ha, dan total produksi 27. 581, 43 ton/ tahun.

Dalam kabupaten Tanggamus luas areal, produksi, dan tingkat produktivitas kopi di tempat penelitian Kecamatan Semaka masih sangat minim, dibandingkan tingkat produksi kopi di Kecamatan lainnya, terutama di Kecamatan Pulau Panggung.

Kecamatan Semaka dengan luas areal 3.966 ha, lahan kopi 340,00 ha, produksinya 442.00 ton/tahun.<sup>17</sup>

Dalam Islam, prinsip fundamental yang harus diperhatikan dalam produksi adalah prinsip kesejahteraan ekonomi. Kesejahteraan Islam terdiri atas bertambahnya pendapatan yang diakibatkan oleh meningkatnya produksi dari barang-barang bermanfaat melalui pemanfaatan sumber daya secara maksimum, baik manusia maupun benda dan melalui ikut sertanya jumlah maksimum orang dalam proses produksi. Produksi dalam Islam yaitu produsen dapat mendapatkan laba yang diinginkan, juga ada aturan bahwa barang yang diproduksi adalah barang bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan manusia dengan zamannya.<sup>18</sup>

Ekonom Islam yang cukup concern dengan teori produksi adalah Imam Al-Ghazali. Beliau telah menguraikan faktor-faktor produksi dan fungsi produksi dalam kehidupan manusia. Dalam uraiannya beliau sering menggunakan kata *kasab* dan *islah*. Yang berarti usaha fisik yang dikerahkan manusia dan yang kedua adalah upaya manusia untuk mengubah sumber-sumber daya yang tersedia agar mempunyai manfaat yang lebih tinggi. Al-Ghazali memberikan perhatian yang cukup besar ketika menggambarkan bermacam ragam aktivitas produksi dalam masyarakat, termasuk hierarki dan hakikatnya. Ia mengklasifikasi aktivitas produksi menurut kepentingan sosialnya dan menitikberatkan

---

<sup>17</sup>Bappeda Fokus Kembangkan Kopi Tanggamus, *Harian Pilar*, dikutip pada tanggal (29 September 2016), Lampung, Bappeda Tanggamus

<sup>18</sup>Sukarno Wibowo., (*Op., Cit.*), 2013, h. 249



perlunya kerja sama dan koordinasi. Fokus utamanya adalah tentang jenis aktivitas yang sesuai dengan dasar-dasar etos kerja Islam<sup>19</sup>

Produksi barang-barang kebutuhan dasar secara khusus dipandang sebagai kewajiban sosial (*fard al kifayah*). Jika sekelompok orang sudah berkecimpung dalam memproduksi barang-barang tersebut dalam jumlah yang sudah mencukupi kebutuhan masyarakat, maka kewajiban keseluruhan masyarakat sudah terpenuhi. Namun, jika tidak ada seorang pun yang melibatkan diri dalam kegiatan tersebut atau jika jumlah yang diproduksi tidak mencukupi, maka semua orang akan dimintai pertanggungjawabannya di akhirat. Pada pokoknya, negara harus bertanggung jawab dalam menjamin bahwa barang-barang kebutuhan pokok diproduksi dalam jumlah yang cukup. Al-Ghazali beralasan bahwa sesungguhnya ketidakseimbangan yang menyangkut barang-barang kebutuhan pokok akan cenderung menciptakan kondisi kerusakan dalam masyarakat<sup>20</sup>

Tanggung jawab manusia sebagai khalifah adalah mengelola yang telah disediakan oleh Allah SWT secara efisien dan optimal agar kesejahteraan dan keadilan dapat ditegakkan. Satu yang tidak boleh dan harus dihindari oleh manusia adalah berbuat kerusakan di muka bumi. Dengan demikian, segala macam kegiatan ekonomi yang diajukan untuk mencari keuntungan tanpa berakibat pada peningkatan atau nilai guna tidak disukai dalam Islam. Nilai universal lain dalam ekonomi Islam tentang produksi adalah adanya perintah untuk mencari sumber-

---

<sup>19</sup>Adawarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), h. 102

<sup>20</sup>*Ibid*, h. 102

sumber yang halal dan baik bagi produksi dan memproduksi dan memanfaatkan output produksi pada jalan kebaikan dan tidak menzalimi pihak lain. Dengan demikian, penentuan input dan output produksi haruslah sesuai dengan hukum Islam dan tidak mengarahkan kepada kerusakan<sup>21</sup>

Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an surat Al-Qashas ayat 77 :

وَأَبْتِغِ فِي مَآءِ انِّكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا  
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ  
لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah Berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak Menyukai orang yang berbuat kerusakan.”<sup>22</sup>

Ayat di atas menjelaskan bahwa kita sebagai khalifah di muka bumi harus menjaga serta melestarikan apa yang sudah Allah berikan kepada kita, senantiasa bersyukur, dan selalu berbuat baik kepada siapapun.

#### D. Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah ini lebih terarah maka penulis memberikan batasan pada penelitian ini. Adapun batasan masalah tersebut adalah Pada penelitian ini hanya membahas tentang pengaruh

<sup>21</sup>Ibid, h. 103

<sup>22</sup>Departemen Agama RI, *Op., Cit.*, (2010), h. 394

harga dan kualitas produk kopi arabika yang terfokus pada harga jual petani kopi desa Sedayu

### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, dapat dirumuskan masalah yang akan menjadi pembahasan dalam skripsi ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh langsung sumber daya insani terhadap harga pada petani kopi Desa Sedayu Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus?
2. Bagaimana pengaruh tidak langsung sumber daya insani terhadap harga dengan intervening kualitas kopi pada petani kopi Desa Sedayu Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus?

### **F. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui pengaruh sumber daya insani dalam meningkatkan harga kopi
  - b. Untuk mengetahui pengaruh sumber daya insani terhadap harga melalui variabel intervening kualitas kopi
2. Manfaat Penelitian
  - a. Untuk mengetahui keadaan riil yang ada pada petani kopi di desa Sedayu terutama pada sumber daya insani petani kopi dalam peningkatan produksi.

- b. Menambah wawasan penulis tentang pemberdayaan sumber daya petani kopi dalam peningkatan produksi.

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan akan didapat manfaat sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoretik

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan yang berhubungan dengan kopi.
- b. Selain itu juga sebagai bahan masukan untuk kepentingan pengembangan ilmu bagi pihak-pihak tertentu guna menjadikan penelitian ini sebagai acuan untuk penelitian lanjutan terhadap obyek sejenis atau aspek lainnya yang belum tercakup dalam penelitian ini.
- c. Menambah wawasan bagi petani dalam upaya peningkatan produksi kopi secara maksimal

#### 2. Manfaat Praktis

- a. Menambah wawasan bagi pihak terkait mengenai hubungan sumber daya insani terhadap harga dan kualitas kopi.
- b. Dengan mengetahui atribut mana yang paling berpengaruh, akan menjadi masukan kepada pihak terkait untuk terus mengoptimalkan atribut produk yang dominan tersebut dan lebih meningkatkan atribut produk yang belum dominan agar konsumen semakin meningkat dari tahun ke tahun.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Sumber Daya Insani (SDI)

##### 1. Pengertian Sumber Daya Insani

Sumber daya insani (SDI) merupakan orang-orang yang berada dalam suatu organisasi yang keberadannya sebagai penyumbang pemikiran dan melakukan berbagai jenis pekerjaan demi mencapai tujuan suatu organisasi. Sedangkan menurut Rivai, sumber daya insani adalah seseorang yang siap, mau dan mampu memberikan sumbangan demi tercapainya suatu tujuan dari organisasi. SDI merupakan salah satu unsur produksi seperti bahan, mesin, modal, metode yang merupakan *input* (masukan) yang nantinya akan diolah oleh perusahaan menjadi *output* (keluaran) berupa barang dan jasa yang akan mendukung tercapainya suatu tujuan organisasi atau perusahaan.<sup>23</sup>

Untuk mencapai tujuan dari suatu organisasi tidak hanya dibutuhkan bahan mentah, alat-alat pekerja, mesin-mesin produksi, uang, dan lingkungan kerja saja yang baik, akan tetapi juga dibutuhkan SDI yang mumpuni, karena SDI juga merupakan faktor produksi. Seperti faktor produksi yang lainnya yang mana oleh perusahaan *input*(masukan) akan diolah menjadi *output* (keluaran). Karyawan baru yang belum terlatih dan belum mempunyai

---

<sup>23</sup>Veithzal Rivai, Basalamah, Salim dan Muhammad Natsir. *Islamic Human Capital Management*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 12



keterampilan dilatih agar menjadi tenaga yang profesional, terampil, dan ahli.<sup>24</sup>

Untuk menghasilkan SDI yang bagus maka dibutuhkan Manajemen. Manajemen sendiri merupakan kumpulan pengetahuan tentang bagaimana seharusnya *me-manage* (mengelola) sumber daya manusia.<sup>25</sup>

Keberadaan manusia sebagai SDI sangat penting bagi suatu perusahaan. Pada abad 21 ini merupakan era persaingan SDI antar bangsa. Kualitas SDI dari setiap organisasi harus ditingkatkan. Kualitas tersebut meliputi, kualitas moral/*spiritual*, kualitas intelektual, serta kualitas fisik, sehingga SDI yang tersedia bisa menjawab tantangan pada masa depan. SDI sendiri sangat menunjang perusahaan melalui karya, bakat, kreativitas, dorongan, dan peran nyata dapat disaksikan sebagai karyawan, manajer/pemimpin, komisaris, dan pemilik.<sup>26</sup>

Jika SDI dikelola dengan baik dan profesional, diharapkan nantinya SDI akan bisa bekerja secara efisien, efektif, dan produktif. Pengelolaan SDI harus dilakukan sejak dimulainya perekrutan, seleksi, pengklasifikasian, penempatan sesuai dengan bakat dan kemampuan mereka, serta pelatihan demi kemajuan dan pengembangan karir.

---

<sup>24</sup>*Ibid*, h. 4

<sup>25</sup>*Ibid*, h. 3

<sup>26</sup>*Ibid*, h. 11

## 2. Sumber Daya Insani (SDI) Dalam Perspektif Islam

### a. Pengertian Sumber Daya Insani dalam Perspektif Islam.

Sumber daya insani dalam perspektif Islam yaitu ciri-ciri sumber daya insani menurut Islam dan mempunyai sifat keislaman serta dapat menjunjung tinggi nilai ke-Islaman.

### b. Ciri-ciri Sumber Daya Insani dalam perspektif Islam.

Adapun ciri emosional dan spritual Sumber Daya Insani (SDI) bermutu adalah yang memiliki ciri-ciri, sebagai berikut:<sup>27</sup>

#### 1) *Amanah*.

*Amanah* atau amanat merupakan unsur penting dan menentukan akan berhasil dan tidaknya seseorang dalam berusaha dan beramal, serta berhasil dan tidaknya suatu bangsa dalam mempertahankan dan melestarikan hidup. Dalam kehidupan sehari-hari banyak kita saksikan adanya perbedaan yang nyata antara orang yang bersifat *amanah* dengan orang yang suka berkhianat. Orang yang bersikap amanat atau jujur selalu menjadi tempat kepercayaan, dihormati dan disegani. Sedangkan orang yang bersikap khianat atau curang selalu dibenci dan dikucilkan dalam pergaulan. Sebagai akibat dari dua sikap yang saling bertentangan itu, terlihat bahwa orang yang bersifat *amanah* selalu berhasil dalam berusaha. Sedangkan, orang yang

---

<sup>27</sup>Veithzal Rivai, *Islamic Human Capital Ed 1*, (Jakarta: Rajawali Press. 2009), h.

bersifat khianat selalu mengalami kegagalan dalam mencapai tujuan yang dicita-citakan.

- 2) Menyakini urgensi dan menyeru kepada kebajikan (*amar ma'ruf nahi munkar*).

*Amar ma'ruf nahi munkar* (*al'amru bil-ma'ruf wannahyu'anil-mun'kar*) adalah sebuah frasa dalam bahasa Arab yang maksudnya sebuah perintah untuk mengajak atau menganjurkan hal-hal yang baik dan mencegah hal-hal yang buruk bagi masyarakat. Frasa ini dalam syariat Islam hukumnya adalah wajib.

- 3) Berpikir positif.

Berpikir Positif diawali dengan sebuah keyakinan pada diri sendiri. Keyakinan bahwa dirinya mampu. Keyakinan yang mengatakan bahwa diri beliau “bisa”. Jika Anda melihat diri Anda “bisa”, maka Anda akan “bisa”. Jika Anda melihat diri Anda akan menghasilkan, maka Anda akan menghasilkan. Jika Anda tidak bisa melakukan hal seperti ini, maka Anda masih dikuasai oleh pikiran negatif.<sup>28</sup>

- 4) Disiplin.

Disiplin merupakan perasaan taat dan patuh terhadap nilai-nilai yang dipercaya termasuk melakukan pekerjaan tertentu yang menjadi tanggung jawabnya. Pendisiplinan adalah usaha usaha untuk menanamkan nilai ataupun pemaksaan

---

<sup>28</sup>*Ibid*, h.215

agar subjek memiliki kemampuan untuk menaati sebuah peraturan. Pendisiplinan bisa jadi menjadi istilah pengganti untuk hukuman ataupun instrumen hukuman dimana hal ini bisa dilakukan pada diri sendiri ataupun pada orang lain. Disiplin merupakan sikap yang wajib ada dalam diri semua individu. Karena disiplin adalah dasar perilaku seseorang yang sangat berpengaruh besar terhadap segala hal, baik urusan pribadi maupun kepentingan bersama dan untuk memiliki tingkat kedisiplinan yang tinggi dalam mengerjakan apapun, maka dibutuhkan latihan dengan kesadaran dari dalam diri akan pentingnya sikap disiplin sehingga menjadi suatu landasan bukan hanya pada saat bekerja, tetapi juga dalam berperilaku sehari-hari.

5) Empati, peka terhadap perasaan orang lain.

Pengertian Empati adalah proses kejiwaan seseorang individu larut dalam perasaan orang lain baik suka maupun duka, dan seolah-olah merasakan ataupun mengalami apa yang dirasakan atau dialami oleh orang tersebut. Empati merupakan kelanjutan dari sikap simpati, yaitu perbuatan nyata untuk mewujudkan rasa simpatinya itu.

6) Ahli dibidangnya

Ahli dibidangnya merupakan suatu kualifikasi khusus apabila suatu manusia mengerjakan yang bukan pada bidangnya biasanya pekerjaan tersebut tidak akan mencapai

dengan apa yang diinginkan. Oleh karena itu manusia harus yang ahli pada bidangnya agar semua pekerjaan sesuai dengan apa yang diinginkan.

7) Taggung jawab

Seorang pemimpin harus memiliki sifat bertanggung jawab atas apa yang telah dikerjakan sehingga seorang pemimpin tersebut disukai serta tidak memiliki rasa kurang percaya diri terhadap apa yang akan dilakukan.

8) Menghargai orang lain

Menghargai orang lain merupakan salah satu contoh yang signifikan, dan disukai oleh semua manusia. Seorang manusia harusnya mempunyai sifat ini dan tidak tabu dalam kritikan tidak gila kehormatan serta pujian. Mereka tidak menerapkan ilmu aji mumpung maupun keberuntungan melainkan mempunyai suatu proses untuk mencapai suatu yang diinginkan.

9) Inisiatif dan kreatif

Inisiatif dan kreatif merupakan suatu sifat yang harus dimiliki oleh manusia dalam melakukan suatu pekerjaan agar dapat mengembangkan suatu pekerjaan.

### 3. Karakteristik Sumber Daya Insani

Panutan dan teladan umat Islam adalah Nabi Muhammad SAW.

Seorang laki-laki pilihan Allah SWT yang diutus untuk



menyampaikan ajaran yang benar yaitu Agama Islam.<sup>29</sup> Oleh sebab itu, kita sebagai umat muslim wajib meniru dan mencontoh kepribadian beliau yang mulia. Sebagaimana Firman Allah SWT dalam QS. Al-Ahzab: 21<sup>30</sup>

﴿قَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ  
وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ۖ﴾

*Artinya: Sesungguhnya telah ada pada diri Rasulullah itu suri teladan yang baik bagi mu yaitu bagi orang yang mengharap rahmat Allah dan kedatangan hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah SWT.*

Untuk dapat meneladani akhlak dan sifat Rasulullah SAW harus banyak belajar dari Al-Qur'an dan Hadits, karena setiap ayat dalam Al-Qur'an selalu Beliau menjalankannya terlebih dahulu sebelum menyampaikannya kepada umatnya. Secara khusus ada empat sifat para nabi dan rasul Allah, terutama yang diwarisi Nabi Muhammad yaitu:

- 1) *Shiddiq* (jujur), memiliki kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan.
- 2) *Amanah* (terpercaya). Amanah artinya terpercaya atau dapat dipercaya. Dalam keseharian, seseorang yang memiliki karakter ini ia berlaku jujur, memiliki moral yang baik, komitmen pada tugas dan kewajiban.

<sup>29</sup>Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik 9 Nabi dan Rasul*, (Jakarta: PT Gramedia, 2014), h. 112

<sup>30</sup>Q.S Al-Ahzab: 21

- 3) *Fathanah* (cerdas/bijaksana). Fathanah adalah cerdas, pandai, atau pintar. Seseorang yang memiliki karakter ini, ia memiliki penalaran yang baik kearifan, bijak dalam keputusan, kemampuan mengambil dalam berbagai realitas (hikmah) dari fenomena yang dihadapi.
- 4) *Tabligh* (menyampaikan). Tabligh adalah menyampaikan wahyu atau risalah dari Allah SWT kepada orang lain. Seseorang yang memiliki karakter ini ia menyampaikan kebijakan secara terbuka, melibatkan orang lain dalam pengambilan keputusan dan mempunyai sifat terbuka (transparan).

#### 4. Implementasi karakteristik Sumber Daya Insani dalam Bisnis

##### 1. *Shiddiq*

*Shiddiq* adalah sifat Nabi Muhammad SAW artinya 'jujur'. Jika seorang pemimpin, ia senantiasa berperilaku jujur dalam sepanjang kepemimpinannya.<sup>31</sup> Benar dalam mengambil keputusan-keputusan. Keputusan yang strategis tersebut menyangkut visi/misi, dalam menyusun rencana dan sasaran secara objektif, serta efektif dan efisien dalam implementasi dan operasionalisasinya dilapangan.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup>Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia Bandung, 2013), h. 287

<sup>32</sup>Abu Fahmi, Agus Siswanto, Dkk, *HRD Syariah*, ( Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 215

## 2. Amanah

*Amanah* artinya dapat dipercaya, bertanggungjawab dan kredibel.<sup>33</sup> *Amanah* juga bisa bermakna keinginan untuk memnuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Di antara nilai-nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapinya adalah *amanah*. Sebagaimana Allah, ia juga merupakan salah satu moral keimanan. Seorang pebisnis haruslah memiliki sifat *amanah*, karena Allah menyebutkan sifat orang-orang mukmin yang beruntung adalah yang dapat memelihara amanat yang diberikan.

Sifat amanah akan membentuk kredibilitas tinggi dan penuh tanggung jawab pada setiap individu Muslim. Kelompok-kelompok individu yang memiliki sifat itu akan melahirkan masyarakat yang kuat, mendorong pertumbuhan bisnis dan ekonomi, sebaliknya tanpa kredibilitas dan tanggung jawab, kehidupan bisnis dan ekonomi akan hancur. Dalam praktik perdagangan dikenal dengan istilah “perdagangan atas dasar amanah”, dalam akad *tijarah* dilaksanakan atas prinsip *mudharabah*, *murabahah*, *syirkah*, dan *wakalah* oleh semua pihak, penyelewangan amanah oleh salah satu pihak (khianat) mengakibatkan pembatalan akad perjanjian, baik jenis

---

<sup>33</sup>Ibid, h. 182

bisnisnya maupun pengelolaan dan penggunaan hasilnya akan menimbulkan masalah.<sup>34</sup>

Karena itu, sebagai seorang mukmin, hendaklah berlaku amanat, menempatkan dan memanfaatkan segala anugerah Allah secara hak, menjaga diri dari maksiat lahir dan maksiat batin, mengerjakan perintah-perintah Allah secara komplit dan permanent, menjaga, memelihara dan menaikan kepercayaan orang lain yang dipercayakan kepadanya, serta menjauhkan diri dari sifat khianat.<sup>35</sup>

### 3. *Fathanah*

*Fathanah* dapat diartikan sebagai cakap atau cerdas memiliki kemampuan intelektual, kreatif, percaya diri dan bijaksana. Oleh karenanya seorang *businessman* yang *fathanah* adalah seseorang yang memahami, mengerti dan menghayati secara mendalam segala sesuatu yang berhubungan dengan kewajiban dan tugasnya secara cerdas.<sup>36</sup> Pemimpin perusahaan yang *fathanah* artinya memahami, mengerti dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya. Nilai bisnisnya ialah memiliki visi, misi, cerdas,

---

<sup>34</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Bisnis Pelajar, 2009), h. 286

<sup>35</sup> Idrus, *Menuju Insan Kamil*, (Solo: CV. Aneka, 2010), h. 72

<sup>36</sup> Mustofa, *Enterpreneurship Syariah: (Menggali Nilai-Nilai Dasar Manajemen Bisnis Rasulullah)*, Jurnal Al-Mizan Vo. 9 No.1 1 Juni 2013 ISSN : 1907-0985, h. 41

menguasai atau luas pengetahuannya mengenai barang dan jasa, serta selalu belajar, mencari pengetahuan.<sup>37</sup>

Sifat fathanah ini akan menumbuhkan kreatifitas dan kemampuan untuk melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat. Kreatif dan inovatif hanya mungkin dimiliki ketika seseorang selalu berusaha untuk menambah berbagai ilmu pengetahuan dan informasi, baik yang berhubungan dengan pekerjaannya maupun perusahaan secara umum.<sup>38</sup>

#### 4. *Tabligh*

Sifat *tabligh* artinya komunikatif dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat *tabligh*, akan menyampaikan sesuatu dengan benar (*bil hikmah*) melalui tutur kata yang menyenangkan dan lemah lembut (*al-aqshid*)<sup>39</sup>. Seorang pemimpin dalam dunia bisnis haruslah menjadi seseorang yang mampu mengkomunikasikan visi dan misinya dengan benar kepada karyawan dan *stakeholder* lainnya.

## B. Harga

### 1. Pengertian Harga

Harga adalah suatu nilai barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau

---

<sup>37</sup>Buchari Alma Dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 176

<sup>38</sup>Rivai Veithzal dan Andi Buchari, *Op.,Cit.*, h. 236

<sup>39</sup>Mustofa, *Op.,Cit.*, h. 43



perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain.<sup>40</sup>

Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa.<sup>41</sup> Harga adalah sejumlah uang yang akan dibayarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan suatu produk dari perusahaan.

Namun harga juga menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi kan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk.<sup>42</sup>

## 2. Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi adalah semua biaya yang telah dikorbankan dalam proses produksi atau kegiatan mengubah bahan baku menjadi produk selesai yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

Pengertian harga pokok produk menurut Ikatan Akuntan Indonesia adalah Harga pokok barang yang di produksi meliputi semua biaya bahan langsung yang dipakai, upah langsung serta

<sup>40</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* Jilid 2, Diterjemahkan Oleh Jaka Wasana. (Jakarta: PT Indeks, 2005), H. 49

<sup>41</sup>Tjiptono Fandy, *Brand Manajemen And Strategy*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), H. 125

<sup>42</sup>Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Cet. 5, Yogyakarta: Andi Offset, 2001, H. 45

biaya produksi tidak langsung, dengan perhitungan saldo awal dan saldo akhir barang dalam pengolahan.

### 3. Konsep Harga Dalam Islam

Terminologi keadilan dalam Al-Qur'an disebut dalam berbagai istilah, antara lain *'adl, qisth, mizan, hiss, qasd* atau secara garis besar keadilan dapat kompensasi, tidak adanya hak yang dirugikan serta adanya keseimbangan dalam setiap aspek kehidupan.<sup>43</sup>

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan (*al-'adl/justice*), termasuk juga dalam penentuan harga. Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syariah Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.

Penentuan harga haruslah adil, sebab keadilan merupakan salah satu prinsip dasar dalam semua transaksi yang Islami. Bahkan, keadilan seringkali dipandang sebagai intisari dari ajaran Islam dan

---

<sup>43</sup>Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*. (Jakarta: Rajawali Press, 2009), h. 59

dinilai Allah sebagai perbuatan yang lebih dekat dengan ketakwaan.<sup>44</sup>

Keadilan merupakan nilai yang paling asasi dalam ekonomi Islam. Menegakkan keadilan dan memberantas kedzaliman adalah tujuan utama dari risalah rasul-Nya. Keadilan sering diletakkan sederajat dengan kebijakan dan ketakwaan. Seluruh ulama terkemuka sepanjang sejarah Islam menempatkan keadilan sebagai unsur paling utama dalam Maqasid Syariah

Dalam hal ini Islam mengatur agar persaingan di pasar dilakukan dengan adil. Setiap bentuk yang dapat menimbulkan ketidakadilan dilarang, yaitu<sup>45</sup>:

- a. *Talaqqi Rukban* dilarang karena pedagang yang menyongsong dipinggir kota mendapat keuntungan dari ketidaktahuan penjual di kampung akan harga yang berlaku di kota. Mencegah masuknya pedagang desa ke kota ini (*entry barrier*) akan menimbulkan pasar yang tidak kompetitif
- b. Mengurangi timbangan dilarang karena barang yang dijual dengan harga yang sama untuk jumlah yang lebih sedikit
- c. Menyembunyikan barang cacat dilarang karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas yang buruk
- d. Menukar kurma kering dengan kurma basah dilarang karena takaran kurma basah ketika kering bisa jadi tidak sama dengan kurma kering yang ditukar

---

<sup>44</sup>Ibid, h. 351

<sup>45</sup>Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Ketiga, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011. H. 153

- e. Menukar satu takar kurma kualitas bagus dengan dua takar kurma kualitas sedang dilarang karena setiap kualitas kurma mempunyai harga pasarnya. Rasulullah menjual kurma yang satu, kemudian membeli kurma yang lain dengan uang.
  - f. Transaksi *Najasy* dilarang karena si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik
  - g. *Ikhtikar* (penimbunan) yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.
  - h. *Ghabban Faa-hisy* yaitu menjual harga di atas harga pasar. Harga yang tinggi ini dapat diambil karena memanfaatkan ketidaktahuan/kebodohan konsumen terhadap barang yang dijual.
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga

a. Permintaan

Permintaan merupakan salah satu elemen yang menggerakkan pasar, istilah yang digunakan oleh Ibnu Taimiyah untuk menunjukan penelitian ini adalah keinginan. Keinginan yang muncul pada konsumen sesungguhnya merupakan sesuatu yang kompleks, dikatakan berasal dari Allah.

Pada dasarnya faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dapat diuraikan sebagai berikut:

### 1) Faktor-faktor penentu permintaan

Harga barang yang bersangkutan merupakan determinan penting dalam permintaan. Pada umumnya, hubungan-hubungan dengan tingkat harga dan jumlah permintaan adalah negatif. Semakin tinggi tingkat harga, semakin rendah jumlah permintaan, demikian juga sebaliknya. Secara spesifik pengaruh harga terhadap permintaan ini dapat diuraikan lagi menjadi:

- a) Efek substitusi
- b) Efek pendapatan
- c) Pendapatan konsumen
- d) Harga barang lain yang terikat
- e) Selera konsumen
- f) Ekspektasi (pengharapan)
- g) Masalah

### 2) Faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap permintaan

dan konsekuensinya terhadap harga. Ibnu Taimiyah mencatat ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan konsekuensinya terhadap harga, yang tertulis dalam satu bagian dalam buku fatwa, yaitu:

- a) Keinginan penduduk (*ar-raghabah*)

Yaitu keinginan atas barang-barang berbeda dan seringkali berubah. Hal ini turut dipengaruhi oleh berlimpah atau langkanya suatu barang. Semakin



langka semakin diminati oleh masyarakat. Dalam ekonomi konvensional hal ini dikenal dengan istilah *preference* (minat).

b) Jumlah orang yang meminta

Semakin banyak orang yang meminta dalam satu jenis barang dagangan, maka semakin mahal harga barang

c) Kuat atau lemahnya permintaan

Jika kebutuhan tinggi dan kuat, harga akan naik lebih tinggi ketimbang jika peningkatan kebutuhan itu kecil atau lemah.

d) Kualitas pembeli (*al-ma'awid*)

Harga juga berubah-ubah, sesuai dengan siapa saja transaksi tersebut dilakukan. Pembeli yang punya kredibilitas yang buruk sering bangkrut, mengulur-ulur pembayaran akan mendapatkan harga lebih tinggi dari pembeli yang memiliki predikat baik.

e) Jenis uang yang digunakan

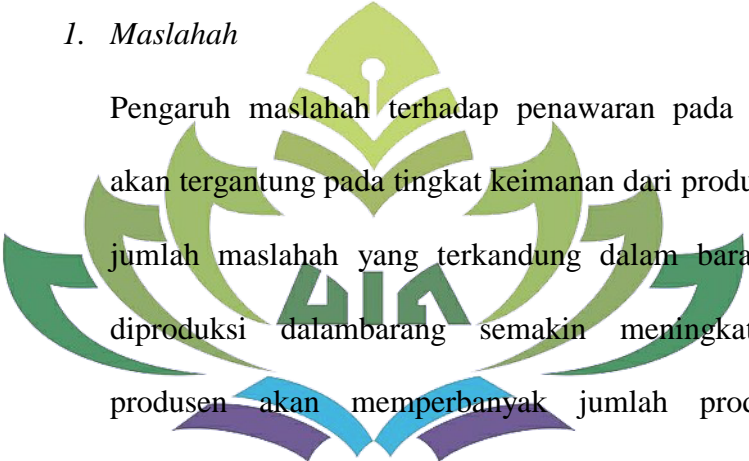
Harga juga dipengaruhi oleh bentuk alat pembayaran (uang) yang digunakan dalam jual-beli. Hal di atas harus dapat terjadi, karena tujuan dari suatu transaksi harus menguntungkan penjual dan pembeli.

f) Aplikasi yang sama berlaku bagi seseorang yang meminjam atau menyewa, karena adanya biaya tambahan akan mengakibatkan perubahan harga.

b. Penawaran

‘Dalam khazanah pemikiran Ekonomi Islam klasik, pasokan (penawaran) telah dikenal sebagai kekuatan penting didalam pasar. Ibnu Taimiyah, misalnya mengistilahkan penawaran ini sebagai ketersediaan barang di pasar. Dalam pandangannya, penawaran dapat berasal dari impor dan produksi lokal sehingga kegiatan ini dilakukan oleh produsen atau penjual. Namun, ada beberapa faktor yang mempengaruhi penawaran, antara lain:<sup>46</sup>

1. *Maslahah*



Pengaruh masalah terhadap penawaran pada dasarnya akan tergantung pada tingkat keimanan dari produsen. Jika jumlah masalah yang terkandung dalam barang yang diproduksi dalam barang semakin meningkat, maka produsen akan memperbanyak jumlah produksinya, produsen dengan tingkat keimanan “biasa” kemungkinan akan menawarkan barang dengan kandungan berkah minimum. Dalam kondisi seperti ini, jika barang atau jasa yang ditawarkan telah mencapai kandungan berkah minimum, maka produsen akan menganggapnya sudah baik sehingga penimbangan penawaran selanjutnya akan didasarkan pada keuntungan.

---

<sup>46</sup>Ibid, h. 318

## 2. Keuntungan

Keuntungan merupakan bagian dari *masalah* karena ia dapat mengakumulasikan modal yang pada akhirnya dapat digunakan untuk berbagai aktivitas lainnya. Dengan kata lain, keuntungan akan menjadi tambahan modal guna memperoleh *masalah* lebih besar untuk mencapai *falah*. Keuntungan menurut Ibnu Khaldun yaitu jumlah nilai tumbuh dan berkembang dalam perdagangan. Sedangkan perdagangan menurutnya adalah usaha manusia untuk memperoleh dan meningkatkan pendapatnya dengan mengembangkan properti yang dimilikinya, dengan cara membeli komoditi dengan harga yang murah dan menjual dengan harga yang mahal.<sup>47</sup>

## 5. Tujuan Penetapan Harga

Pada dasarnya ada tiga jenis tujuan penetapan harga, yaitu:<sup>48</sup>

### a. Tujuan Berorientasi pada Laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimasi laba. Dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks dan banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan, maksimasi laba sangat sulit dicapai, karena sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara

<sup>47</sup> Ibnu Khaldun, *Mukaddimah*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001), h. 712

<sup>48</sup> Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h. 152

akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu. Dengan demikian, tidak mungkin suatu perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat menghasilkan laba maksimum.

b. Tujuan Berorientasi pada Volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau biasa yang dikenal dengan istilah *volume pricing objectives*. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan (dalam ton, kg, unit, m dan lain-lain), nilai penjualan (Rp) atau pangsa pasar (absolut maupun relatif).

c. Tujuan Stabilisasi Harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilisasi harga dalam industri-industri tertentu yang produknya sangat terstandarisasi. Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri (*industry leader*).

## 6. Teori Penetapan Harga Secara Ekonomi Islam

Harga dalam ekonomi Islam disebut dengan *tsaman*, yaitu kadar dari nilai tukar terhadap sesuatu barang dengan barang lainnya, barang dengan jasa atau dengan sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat tukar atau juga dimaksudkan nilai yang ditetapkan oleh pihak penjual terhadap barang degangannya, berbeda penertiannya degan *qimah* yaitu sifat dari kepentingan pengguna terhadap sesuatu barang tertentu.<sup>49</sup>

Ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang berdasarkan pada Al-Qur'an dan Hadits yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia didunia dan akhirat (Al Falah). Harga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga, yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran Islam selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama duka antara penjual dan pembeli.<sup>50</sup> Penjualan dalam ekonomi Islam baik yang bersifat barang maupun jasa, terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih, yaitu:<sup>51</sup>

- a) Larangan menjual atau memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.

---

<sup>49</sup>Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam*, (Jakarta: Kencana Media, 2009), H. 3

<sup>50</sup>Ibid

<sup>51</sup>Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Alih Bahasa Zainal Arifin, (Jakarta: Gema Insani. 1999), H. 189

- b) Bersikap benar, amanah, dan jujur.
- c) Menegakkan keadilan dan mengharamkan riba.
- d) Menerapkan kasih sayang.
- e) Menegakkan toleransi dan persaudaraan.

Menurut Ibnu Taimiyah, naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik begitu pula sebaliknya. Kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tindakan yang tidak adil.<sup>52</sup>

Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah. Hal tersebut yang impersonal. Ibnu Taimiyah juga membedakan dua faktor penyebab pergeseran kurva penawaran dan permintaan, yaitu tekanan pasar yang otomatis dan perbuatan melanggar hukum dari penjualan, misalnya penimbunan.<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup>Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Ketiga, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), H. 153

<sup>53</sup>Ibid, H. 145



Islam mengatur agar persaingan di pasar dilakukan dengan adil. Setiap bentuk yang dapat menimbulkan ketidakadilan dilarang, yaitu sebagai berikut:<sup>54</sup>

a) *Talaqqi Rukban*

Persaingan ini dilarang karena pedagang yang menyongong di pinggir kota mendapat keuntungan dari ketidaktahuan penjual di kampung akan harga yang berlaku di kota. Mencegah masuknya pedagang desa ke kota ini (*entry barrier*) akan menimbulkan pasar yang kompetitif.

b) Mengurangi timbangan dilarang karena barang dijual dengan harga yang sama untuk jumlah yang sedikit

c) Menyembunyikan barang cacat dilarang karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas yang buruk.

d) Transaksi *Najasy* dilarang karena si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik.

e) *Ihtikar* yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.

f) *Ghaban Faahisy* (besar) yaitu menjual di atas harga pasar.

Kesimpulannya yang dimaksudkan dengan harga adalah suatu ketepatan atas kesepakatan antara produsen dan konsumen di mana pihak konsumen merasa puas dengan bentuk, jenis dan

---

<sup>54</sup>Ibid, H. 153

kualitas produk yang ditawarkan, sementara produsen merasakan dengan nilai yang sedemikian itu mereka telah memperoleh keuntungan.

## 7. Dasar Hukum Penetapan Harga

Salah satu penunjang perekonomian adalah kesehatan pasar. Kesehatan pasar meliputi pasar barang dan jasa, pasar uang maupun pasar tenaga kerja. Mekanisme pasar yang berjalan dengan tingkat harga yang seimbang menunjukkan kesehatan pasar. Tingkat harga yang seimbang adalah tingkat harga yang dihasilkan oleh interaksi antara kekuatan permintaan dan penawaran yang sehat.

Ketika kekuatan permintaan dan penawaran seimbang maka penetapan harga tidak perlu dilakukan karena akan ada pihak yang merasa dirugikan. Apabila mencermati masalah penetapan harga, maka tidak akan pernah lepas dari perdagangan. Berikut beberapa landasan hukum yang berkaitan dengan penetapan harga berdasarkan Al-Qur'an dan hadits.

Allah SWT berfirman dalam surat An Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ  
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan*

*jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu. (QS An Nisa: 29)*<sup>55</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa hukum asal jual beli adalah *mubah* (boleh). Akan tetapi hukum jual beli, dapat berubah menjadi wajib pada keadaan tertentu. Ayat tersebut juga menjelaskan bahwa Allah membolehkan jual beli dengan cara yang baik dan sesuai dengan ketentuan hukum Islam, yaitu jual beli yang jauh dari tipu daya, unsur riba, paksaan, kebatilan, sebaliknya harus didasarkan atas suka sama suka dan saling merelakan (*ikhlas*).<sup>56</sup>

### C. Kualitas Kopi

Kualitas menurut Hanan dan Karp “*Quality Is An Assesment Of The Generalgoodness Of A Product*” menunjukkan bahwa kualitas adalah pernyataan atas suatu produk secara total pada unsur atau komponen yang menyusun produk dan yang memberikan nilai tambah. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.<sup>57</sup>

Menurut Kotler dan Amstrong kualitas produk adalah “*the ability of a product to perform its function, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*” yang artinya kemampuan sebuah produk

<sup>55</sup>Qs An-Nisa’ (4) : 29

<sup>56</sup>Muhammad Ismail Al Kahlani, *Subulus Al-Salam*, Juz 3, Cet. Ke-4 (Mesir: Maktabah Musthafa Al-Babiy Al-Halaby, 1960, H. 4

<sup>57</sup>Heri Setiawan, dkk. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening*, Journal Of Management, Volume 2 No. 2 Maret 2016

dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan, durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kualitas produk didefinisikan sebagai semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, ekuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.<sup>58</sup>

Dari pengertian menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu upaya totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, ekuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan yang diinginkan oleh pengguna suatu produk tersebut. Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap kualitas produk atau jasa perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Berikut ini empat dimensi kualitas produk yang diungkapkan oleh Garvin dalam Tjiptono, antara lain:<sup>59</sup>

a. *Performance* (kinerja)

Kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk, ini manfaat atau khasiat utama produk yang kita beli. Dalam hal ini, kinerja dari produk jasa adalah keberhasilan dari suatu produk jasa itu sendiri, dimana kinerja produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Biasanya ini menjadi pertimbangan pertama kita dalam membeli suatu produk.

---

<sup>58</sup>Dedi Trisnadi, Dkk. *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di Cimb Niaga*, Jurnal MIX, Colume 6 No. 3, Oktober 2013

<sup>59</sup>*Ibid*, Jurnal MIX, Volume 6 N0 3, Oktober 2013

b. *Asthetics* (Estetika)

Dimensi Estetika dimensi pengukuran produk yang paling subjektif. Estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh suatu konsumen, bagaimana proses kinerja dari produk maupun sistem dari produk tersebut. Dengan demikian, estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan konsumen.

c. *Conformance To Specifications* (Kesesuaian Dengan Spesifikasi)

*Conformance* adalah kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan suatu produk. Ini semacam “janji” yang harus dipenuhi oleh produk. Produk yang memiliki kualitas dari dimensi ini berarti sesuai dengan standarnya.

d. *Features* (Fitur)

Dimensi fitur merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur bersifat pilihan atau option bagi konsumen. Kalau manfaat utama sudah standar, fitur sering kali ditambahkan. Idenya, fitur bisa meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memiliki.

Salah satu ciri khas kopi arabika kualitas nomor satu adalah terletak pada aroma wangi bunganya yang begitu kuat. Para pecinta kopi tentu akan sangat hafal dengan aroma kopi tersebut saat dikemas sekalipun.

Selain itu, ada satu ciri fisik biji kopi arabika kualitas nomor satu yang harus diperhatikan yaitu terbebas dari bau bahan asing. Biji kopi

berkualitas nomor satu haruslah terhindar dari bau asing yang disebabkan oleh kesalahan penyimpanan biji kopi pasca panen. Di mana akan muncul jamur atau mikroorganisme pengganggu biji dan datangnya hama lain seperti tikus atau binatang lain yang akan merusak biji kopi.

- a. Warna biji : Kopi yang baik adalah yang berwarna abu-abu-kebiruan (warna telur bebek) untuk kopi Arabika, dan Kuning-Kehijauan untuk Kopi Robusta. Warna permukaan biji mengkilat. Biji yang berkulit ari juga baik, walaupun tidak mengkilat. Hindari Kopi dengan warna Putih Pucat, Coklat tua, apa lagi hitam. Hindari pula warna kopi yang tidak merata.
- b. Bentuk kopi : Pilih kopi yang “Utuh”, tidak pecah, tidak berlubang.
- c. Dalam satu partai : Pilih kopi yang “Bersih”, tidak ada kulit tanduk, kulit buah, ranting, tanah, batu, dan kotoran-kotoran lainnya.
- d. Bau kopi. Cium kopi biji. Jika berbau “kopi mentah segar” maka pilihlah. Hindari kopi yang berbau apek, bau tengik, bau tanah, bau kulit kopi busuk, bau asap, bau minyak tanah, atau bau asing lainnya.
- e. Usahakan pilih kopi yang berukuran ”Besar”, karena biasanya sedikit cacat yang ditemui di dalamnya.
- f. Genggam kopi dan angkat-angkat, pilih kopi yang ”Mantap”, hindari kopi yang ringan ”Menggabus”
- g. Hindari kopi yang permukaanya berjamur, warna tidak merata, bertutul-tutul.



Selain itu biji kopi yang baik juga terlihat ketika disangrai akan menghasilkan biji sangrai yang masak merata, warna merata (coklat-coklat tua), cukup mengembang (lebih dari 50% volume awal). Jika ada biji kopi yang “tidak masak” atau tetap berwarna putih, sementara yang lainnya sudah berwarna coklat, adalah tanda bahwa kopi itu dihasilkan dari buah yang tingkat kemasakannya tidak merata. Ada terikat buah hijau terpetik, biji yang “tidak masak” ini disebut dengan “biji quaker”

Kopi Arabika yang baik, saat disangrai akan bau khas harum kopi, dan biasanya diperkaya oleh bau khas manis, asam-manis, harum buah, harum bunga, dan juga chocolaty dan spicy. Sedangkan kopi Arabika yang kurang baik, walaupun tanpa cacat, jika disangrai biasanya punya bau jagung, kulit kopi, atau bau kayu, begitu juga saat digiling.

#### D. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Adel Fabrian, Irda, Dahlia Kamener (2014) <sup>60</sup>	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kartu Prabayar XI Di Kota Padang Dengan Kepuasan Pelanggan	Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan

<sup>60</sup> Adel Febrian, Irda, Dahlia Kamener (Jurnal Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kartu Prabayar XI Di Kota Padang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. 2014)

		Sebagai Variabel Intervening	
2.	Sadi (2012) <sup>61</sup>	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Dalam Sumber Daya Manusia	Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap sdm, namun kualitas produk signifikan terhadap sdm
3.	Rasditya Nirwanto (2011) <sup>62</sup>	Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Kopi Pada Tingkat Petani Kopi Di Kecamatan Kembang Kabupaten Bondowoso	Harga pokok produksi mempengaruhi ketepatan harga jual

### E. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penelitian. Dalam hal ini, secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel dependen dan independen.<sup>63</sup>

Komponen utama pada kerangka pemikiran dikembangkan adalah *independent variables* (variabel bebas), *dependent variables* (variabel terikat). Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan berusaha membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Pembahasan tersebut akan dijelaskan dengan menggunakan konsep dan teori yang

<sup>61</sup> Sadi. Universitas Padjajaran. (Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Dalam Sumber Daya Manusia. 2012)

<sup>62</sup> Rasditya Nirwanto, Unirversitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. (Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Kopi Pada Tingkat Petani Kopi Di Kecamatan Kembang Kabupaten Bondowoso. 2011).

<sup>63</sup> Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 242

ada hubungannya untuk membantu menjawab masalah penelitian. Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah mengenai “**Analisis Sumber Daya Insani Terhadap Harga (Kualitas Kopi Sebagai Variabel Intervening)**”.<sup>64</sup>

Penelitian ini terdiri dari dua variabel, dimana variabel  $X_1$  yaitu Sumber Daya Insani sebagai variabel independent, sedangkan Harga yaitu Y, sebagai variabel dependent.

Sumber Daya Insani yang unggul dapat diberdayakan untuk merealisasikan visi dan misi semua organisasi termasuk perusahaan perbankan syariah. Sumber daya Insani yang unggul adalah salah satu keunggulan kompetitif yang sangat sulit ditiru yang hanya akan diperoleh dari karyawan yang produktif, inovatif, kreatif, selalu bersemangat dan loyal. Karyawan yang memenuhi kriteria seperti itu hanya akan dimiliki melalui penerapan konsep dan teknik manajemen sumber daya insani yang tepat dan efektif. Tidak hanya itu saja bagi jasa perbankan memuaskan nasabahnya adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat yang luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah merupakan hal penting. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Dengan meningkatkan mutu pelayanan oleh suatu perusahaan

---

<sup>64</sup>Husein Umar., *Op., Cit.*, (2003), h. 73

perbankan merupakan suatu cara yang nyata dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan nasabah. Sehingga kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan.

Sumber daya insani yang unggul dapat diberdayakan untuk merealisasikan visi dan misi semua organisasi termasuk perusahaan perbankan syariah. Sumber daya Insani yang unggul adalah salah satu keunggulan kompetitif yang sangat sulit ditiru yang hanya akan diperoleh dari karyawan yang produktif, inovatif, kreatif, selalu bersemangat dan loyal. Karyawan yang memenuhi kriteria seperti itu hanya akan dimiliki melalui penerapan konsep dan teknik manajemen sumber daya insani yang tepat dan efektif.

Definisi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.<sup>65</sup> Sedangkan menurut Tjiptono, Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa.

Kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja baik produk maupun jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Pengertian kualitas produk mempunyai dua dimensi yaitu tingkat dan konsistensi. Kualitas produk menurut Ginting

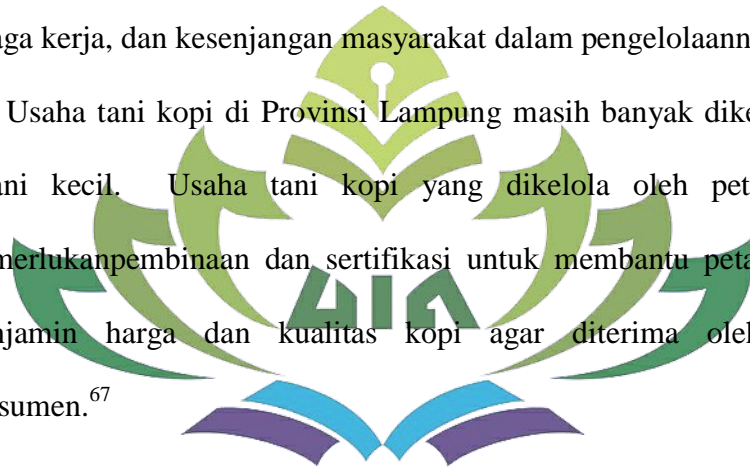
---

<sup>65</sup>Philip Kotler, *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid 1*, (Jakarta: Erlangga. 2008), h. 19

adalah kemampuan suatu produk untuk memperagakan fungsinya, ini menyangkut ketahanan umum produk reabilitas, presisi, kemudahan pengoperasian dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya.<sup>66</sup>

Konsumsi kopi telah meningkat pada lima tahun terakhir dipasar dunia. Bagi negara konsumen, budaya minum kopi telah menjadi ciri khas di masing-masing negara. Kopi yang berkualitas akan lebih menambah cita rasa dari kopi tersebut. Kualitas kopi yang baik dihasilkan oleh Usaha tani yang dikelola dengan baik pula. Pengelolaan Usaha tani kopi yang baik akan menjauhkan unsur kimia, kriminalitas tenaga kerja, dan kesenjangan masyarakat dalam pengelolaannya.

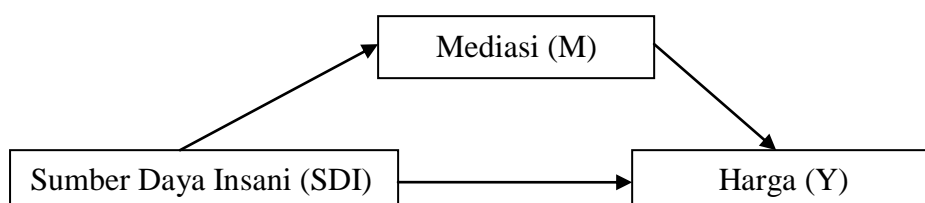
Usaha tani kopi di Provinsi Lampung masih banyak dikelola oleh petani kecil. Usaha tani kopi yang dikelola oleh petani kecil memerlukan pembinaan dan sertifikasi untuk membantu petani dalam menjamin harga dan kualitas kopi agar diterima oleh negara konsumen.<sup>67</sup>



**Gambar 2.1**

### **Alur Penelitian**

Analisis Sumber Daya Insani Terhadap Harga (Kualitas Kopi  
Sebagai Variabel Intervening)



<sup>66</sup>Ginting, *Manajemen Pemasaran jilid 1*, ( Bandung: Yrama Widya, 2011), h. 23

<sup>67</sup>Kotler, Amstrong, *Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian*, jurnal EMBA. Vol. 1, No, 3, Juni

## F. Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori.<sup>68</sup>

Analisis Sumber Daya Insani Terhadap Harga (Kualitas Kopi Sebagai Variabel Intervening), Adapun hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

1.  $H_0$ : sumber daya insani tidak berpengaruh signifikan terhadap harga.  
 $H_{a1}$ : sumber daya insani berpengaruh signifikan terhadap harga.
2.  $H_0$ : sumber daya insani tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas  
 $H_{a2}$ : sumber daya insani berpengaruh signifikan terhadap kualitas
3.  $H_0$  : kualitas tidak berpengaruh signifikan terhadap harga  
 $H_{a3}$ : kualitas berpengaruh signifikan terhadap harga

---

<sup>68</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 64



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Sifat Penelitian

Metode adalah “cara tepat untuk melakukan suatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai tujuan”. Sedangkan penelitian adalah “pemikiran yang sistematis mengenai berbagai jenis masalah yang pehamannya memerlukan pengumpulan data dan penafsiran fakta-fakta”. Jadi metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>1</sup>

##### 1. Jenis penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang bersifat obyektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan yaitu penelitian yang di lakukan di lapangan yang sebenarnya.<sup>2</sup> Penelitian lapangan di lakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lapangan penelitian terhadap responden yang ada.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung, Alfabeta, 2013), h. 35

<sup>2</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi dan Aplikasinya* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), h.11

## 2. Sifat penelitian

Penelitian ini bersifat Assosiatif, yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara pengaruh Sumber Daya Insani terhadap Harga dan Kualitas Kopi sebagai Variabel Intervening

## B. Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung, dengan cara terjun langsung ke lapangan guna untuk mendapatkan data secara langsung dari petani kopi desa Sedayu kabupaten Tanggamus.<sup>3</sup>

### b. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari sumber-sumber bacaan yang berkaitan dengan materi yang akan dibahas, seperti: Al-Qur'an, Al-Hadist, buku-buku, catatan, internet.<sup>4</sup>

## C. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang akan diteliti.<sup>5</sup>

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 59.742 orang pada tahun 2016.

---

<sup>3</sup>Sugiyono, *Op., Cit.*, (2011), h. 134

<sup>4</sup>Al-Qur'an dan Hadits

<sup>5</sup>Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analiis Isi Dan Analiis Data Sekunder*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h. 74

b. Sampel

Sampel adalah kelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga bersifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel.<sup>6</sup> Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu sampel dipilih dengan kriteria tertentu. Kriteria sampel yang diambil peneliti yang memiliki luas lahan > 2ha yaitu sebanyak 45 responden.

#### D. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data, metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Pengumpulan data dengan wawancara adalah cara atau teknik untuk mendapatkan informasi atau data dari *interviewee* atau responden dengan wawancara secara langsung *face to face* antara *interviewer* dengan *interviewee*.<sup>7</sup> Wawancara yang di tunjukkan kepada lurah, petani, dan kepada masyarakat di desa Sedayu untuk memperoleh data tentang pelaksanaan pemberdayaan sumber daya petani kopi dalam peningkatan produksi.

---

<sup>6</sup>Abdurahmat Fathoni, *Metode Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), h. 57

<sup>7</sup>Sugiyono., *Op., Cit.*, (2013), h. 194

## 2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi adalah cara mencari data atau informasi dari buku-buku, catatan-catatan, transkrip, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan yang lainnya.<sup>8</sup>

## 3. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner, kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi secara langsung. Dalam penelitian ini observasi dilakukan pada petani kopi desa Sedayu meliputi cara pengolahan tanaman, penggunaan pupuk dan pemanenan.

## 4. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup ataupun terbuka. Teknik ini dilaksanakan dengan menggunakan daftar pertanyaan bentuk terbuka untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data. Survei dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden (petani kopi desa Sedayu), guna untuk mendapatkan data yang berkaitan tentang harga dan kualitas kopi.

---

<sup>8</sup>Sugiyono., *Op., Cit.*, (2013), h. 240

<sup>9</sup>Sugiyono, *Op., Cit.*, 2011, h.145

Adapun skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang ataupun sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala ini maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator dari variabel akan menjadi titik tolak instrumen item-item yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan.

Jawaban dari setiap item yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Sementara untuk keperluan analisis kuantitatif diberikan skor sebagai berikut:



## E. Pengolahan Data

Penulis telah merumuskan persoalan dan untuk menjawab persoalan yang telah dirumuskan maka dibutuhkan suatu pendekatan metode penelitian, karena dengan adanya pendekatan metode penelitian ini akan memperlancar penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan kuantitatif.

Dalam penelitian kuantitatif, masalah yang dibawa oleh peneliti harus sudah jelas.<sup>10</sup> Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang bersifat obyektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik.

Alat uji analisis data menggunakan variabel intervening. Tujuan utama regresi adalah untuk membuat perkiraan nilai suatu variabel (*variabel dependen*) jika nilai variabel yang lain yang berhubungan dengannya (*variabel lainnya*) sudah ditentukan.<sup>11</sup> data yang diperoleh dari lapangan akan diuji terlebih dahulu dengan menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik dan analisis jalur path.

## F. Metode Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.<sup>12</sup>

Teknik korelasi yang digunakan untuk melakukan uji validitas item pertanyaan dalam penelitian ini adalah *korelasi product moment* dengan rumus :

<sup>10</sup>Sugiyono, *Op.,Cit.*, 2011, h.30

<sup>11</sup>*Bab 2 Tinjauan Teoritis*, Tersedia di: <http://repository.usu.ac.id/chapter%20II.pdf.html>, dikutip pada tanggal 24 desember 2017, h.2

<sup>12</sup>Sugiyono, *Op.,Cit.*, 2011, h. 267



$$R = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2) \times (N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

R: koefisien validitas item yang dicari

X: skor responden untuk setiap item

## 2. Uji Reliabilitas

Suatu alat ukur dikatakan reliabel nilai alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Jadi alat yang reliabel secara konsisten memberi hasil ukuran yang sama. Metode uji reliabilitas yang sering digunakan adalah *cronbach alpha*. Metode ini digunakan dalam bentuk skala. Sedangkan menurut Runnally seperti dikutip oleh imam ghazali, alat ukur dapat dikatakan reliabel jika nilai reliabilitas  $>0.600$ , dimana 0.600 adalah standarisasi nilai reliabilitas.<sup>13</sup>

## 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji prasyarat jika menggunakan analisis regresi linear. Uji ini antara lain, uji normalitas residual, uji multikolinearitas, uji heteroskedasitas, dan uji autokorelasi. Jika asumsi tersebut dilanggar, misal model regresi tidak normal, terjadi multikolieraritas, terjadi heteroskedasitas atau terjadi autokorelasi. Maka

---

<sup>13</sup>Modul Ekonometrika, 2016, h. 17

hasil analisis regresi dan pengujian seperti uji t dan f menjadi tidak valid atau bias.<sup>14</sup>

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah kedua model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogrov smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikan  $> 0,05$  maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan  $< 0,05$  maka variabel tidak berdistribusi normal.<sup>15</sup>

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati antar variabel independen dalam model regresi. Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua indenpenden variabel dalam fungsi linear. Dan hasilnya sulit didapatkan pengaruh antara indenpenden dan dependen variabel.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup>*Ibid.*, h.19

<sup>15</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 112

<sup>16</sup>Sugiyono. *Op., Cit.*, 2016, h. 24

### c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan uji salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan.

### 4. Analisis Jalur/Path

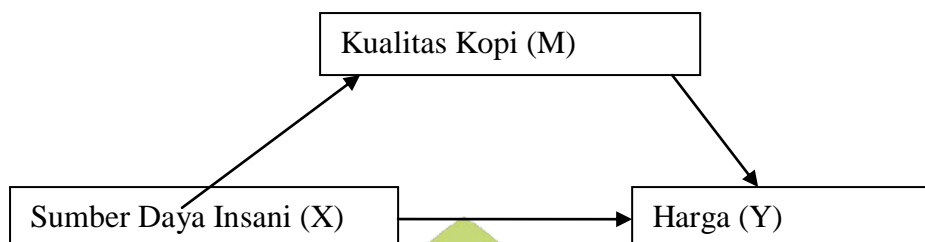
Metode Analisis adalah suatu metode dengan serangkaian tindakan dan pemikiran yang disengaja untuk menelaah sesuatu hal yang secara mendalam ataupun terinci terutama dalam mengkaji bagian-bagian dari suatu totalitas. Maksudnya untuk mengetahui ciri masing-masing bagian, hubungan satu sama lain, serta peranannya dalam totalitas yang dimaksud.

Dalam penelitian ini, analisis jalur (*path analysis*) digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat, dengan tujuan menerangkan akibat langsung dan akibat tidak langsung seperangkat variabel, sebagai variabel penyebab terhadap variabel lainnya yang merupakan variabel akibat.

Analisis Jalur (*Path Analysis*) menurut Ating Somantri dan Sambas Ali Muhidin (2006:259) mengemukakan bahwa “Analisis jalur (*path analysis*) digunakan apabila secara teori kita yakin berhadapan dengan masalah yang berhubungan sebab akibat. Tujuannya adalah menerangkan akibat langsung dan tidak langsung seperangkat variabel, sebagai variabel penyebab, terhadap variabel lainnya yang merupakan variabel akibat.”

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*) karena peneliti ingin memastikan apakah ada pengaruh antara Sumber Daya Insani terhadap Harga dan Kualitas Kopi sebagai Variabel Intrvening. Model analisis jalur adalah sebagai berikut:

**Gambar 3.2 Model Analisis Jalur**



Gambar ini menggambarkan bahwa adanya hubungan antara variabel  $X_1$  Sumber Daya Insani dan Intervening dengan variabel Harga Y. Hubungan antara  $X_1$  dan Mediasi menggambarkan hubungan korelasi, sedangkan hubungan antara  $X_1$  dan Y menggambarkan hubungan tidak langsung. Pengaruh dari  $X_1$  dengan Mediasi Intervening Kualitas Kopi terhadap Y disebut pengaruh langsung.

$$Y_1 = a + bx_1$$

Keterangan:  $Y_1$ = kualitas

$a$ = konstanta

$b$ = koefisien

$X$ = sumber daya insani

$$Y_2 = a + b_1x_1 + b_2M$$

Keterangan:  $Y_2$ = harga

$a$ = konstanta

$x_1$  = sumber daya insani

M = kualitas

$b_1$  = koefisien  $x_1$

$b_2$  = koefisien M

## G. Variabel Penelitian dan Pengukuran

Berdasarkan penulisan ini terdapat variabel penelitian dan pengukuran antara lain:

### 1. Variabel Terikat

Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah harga. Harga diberlakukan kepada petani desa Sedayu

### 2. Variabel Bebas

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah suatu variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain. Dapat pula dikatakan variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat).<sup>17</sup>

### 3. Operasional Variabel

Operasional variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substansive dari suatu konsep. Tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasionalnya alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang

---

<sup>17</sup> Suiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 136

ditelitinya. Penelitian ini menggunakan definisi operasional sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
SDI ( $X_1$ )	Sumber daya insani adalah seseorang yang siap, mau dan mampu memberikan sumbangan demi tercapainya suatu tujuan dari organisasi (Veithzal Rivai: 2014)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Disiplin</li> <li>2. Penyuluhan</li> <li>3. Ketepatan waktu atau bekerja</li> <li>4. Pengembangan SDI</li> </ol>	Likert
Kualitas Kopi (Intervening)	Harga adalah suatu nilai barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimiliki pihak lain (Philip Kotler: 2005)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Daya saing harga</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat produksi</li> <li>5. Harga mempengaruhi daya beli konsumen</li> </ol>	Likert
Harga (Y)	Kualitas produk adalah pernyataan atas suatu produk secara total pada unsur atau komponen yang menyusun produk dan yang memberikan nilai tambah, totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. (Heri Setiawan: 2016)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daya tahan (durability)</li> <li>2. Kesesuaian dengan spesifikasi (sejauh mana karakteristik produk memenuhi spesifikasi tertentu atau tidak cacat pada produk)</li> <li>3. Probabilitas (kecil kemungkinan</li> </ol>	Likert



		terjadinya kerusakan produk) 4. Kesan kualitas	
--	--	--	--



## **BAB IV**

### **PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Desa Sedayu Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus**

Sejarah perkembangan wilayah Tanggamus, menurut catatan yang ada pada tahun 1889 pada saat Belanda mulai masuk di Wilayah Kota Agung, yang ada pada saat itu pemerintahannya dipimpin oleh seorang Kontroller yang memerintah di Kota Agung. Pada waktu itu pemerintahan telah dilaksanakan oleh Pemerintah Adat yang terdiri dari 5 Marga yaitu:

1. Marga Gunung Alip (Talang Padang),
2. Marga Benawang
3. Marga Belunguh,
4. Marga Pematang Sawa,
5. Marga Ngarip.

Masing-masing marga tersebut dipimpin oleh seorang Pasirah yang membawahi beberapa Kampung. Perkembangan selanjutnya berdasarkan Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 114/ 1979 tanggal 30 Juni 1979 dalam rangka mengatasi rentang kendati dan sekaligus merupakan persiapan pembentukan Pembantu Bupati Lampung Selatan untuk Wilayah Kota Agung yang berkedudukan di Kota Agung serta terdiri dari 10 Kecamatan dan 7 Perwakilan Kecamatan dengan 300 Pekon dan 3 Kelurahan serta 4 Pekon

Persiapan. Pada akhirnya Kabupaten Tanggamus terbentuk dan menjadi salah satu dari 10 Kabupaten/ Kota yang ada di Propinsi Lampung. Kabupaten Tanggamus dibentuk berdasarkan Undang-undang No. 2 Tahun 1997 yang di undangkan pada tanggal 3 Januari 1997 dan diresmikan menjadi Kabupaten pada tanggal 21 Maret 1997.

Sejalan dengan dinamika perkembangan masyarakat adat di Kabupaten Tanggamus, pada tanggal 12 Januari 2004 Kepala Adat Saibatin Marga Benawang merestui tegak berdirinya Marga Negara Batin, yang sebelumnya merupakan satu kesatuan adat dengan Marga Benawang. Pada tanggal 10 Maret 2004 di Pekon Negara Batin dinobatkan kepala adat Marga Negara Batin dengan gelar Suntan Batin Kamarullah Pemuka Raja Semaka V.

Dengan berdirinya Marga Negara Batin tersebut, masyarakat adat pada tahun 1889 terdiri dari 5 marga, saat ini menjadi 6 marga, yaitu : Marga Gunung Alip (Talang Padang), Marga Benawang, Marga Belungh, Marga Pematang Sawa, Marga Ngarip, Marga Negara Batin.

Secara geografis Kabupaten tanggamus terletak pada posisi  $104^{\circ}18'$  -  $105^{\circ}12'$  Bujur Timur dan  $5^{\circ}05'$  -  $5^{\circ}56'$  Lintang Selatan. Luas wilayah 3.356,61 km<sup>2</sup> yang meliputi wilayah daratan maupun perairan. Satu dari dua teluk besar yang ada di Propinsi Lampung terdapat di Kabupaten Tanggamus yaitu teluk Semaka dengan panjang daerah pantai 200 km dan sebagai tempat bermuaranya 2 (dua) sungai besar yaitu Way Sekampung dan Way Semaka. Selain itu Wilayah Kabupaten Tanggamus dipengaruhi oleh udara tropical

pantai dan dataran pegunungan dengan temperatur udara yang sejuk dengan rata-rata 28°C

## **2. Visi dan Misi Desa Sedayu Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus**

Dalam menentukan arah dan tujuan dari Kabupaten Tanggamus maka ditetapkan Visi dan Misi Kabupaten Tanggamus sebagai berikut:

### **VISI**

“Terwujudnya Masyarakat Yang Tangguh, Sejahtera Dan Agamis Dalam Suasana Dan Tataan Daerah Yang Aman, Tertib, Lestari Dan Mandiri”

### **MISI**

1. Menciptakan good governance dalam praktek penyelenggaraan pemerintah
2. Penggalakan kegiatan ekonomi produktif masyarakat dan penciptaan lapangan pekerjaan.
3. Peningkatan kualitas dan taraf hidup petani
4. Peningkatan kualitas dan kuantitas produksi sektor pertanian
5. Peningkatan kemampuan, pelayanan dan pemandirian lembaga pemerintahan daerah
6. Peningkatan kualitas pelayanan kesehatan
7. Peningkatan kualitas pendidikan
8. Peningkatan sosialisasi pelestarian hutan dan penegakan hukum terhadap ilegal logging
9. Peningkatan transparansi dan peran serta masyarakat dalam pembangunan daerah

10. Peningkatan kualitas hidup guru agama, guru pendidikan umum negeri dan swasta serta guru daerah terpencil.
11. Penggalakan kegiatan keagamaan dan mutu tempat ibadah
12. Pengembangan dan pelestarian budaya daerah

### **3. Tujuan Desa Sedayu Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus**

Adapun tujuan dari desa sedayu kecamatan semaka kabupaten tanggamus adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan manajemen dan koordinasi antar Dinas/Badan/Kantor daerah terkait guna menghasilkan kebijakan, program serta kegiatan terpadu dan integral yang mendukung perwujudan sektor ekonomi produktif dan penciptaan lapangan kerja serta peningkatan kualitas hidup petani
2. Meningkatkan kualitas jenjang kelembagaan dan organisasi pemerintahan
3. Meningkatkan kualitas sistem pelayanan kesehatan dan mutu pendidikan
4. Meningkatkan kualitas dan sinergis pelestarian hutan serta sistem pengawasan hutan yang baik
5. Meningkatkan akuntabilitas publik pemerintahan dan peningkatan peran serta masyarakat dalam pembangunan
6. Meningkatkan kualitas hidup tenaga pendidik keagamaan, pendidik sekolah umum negeri dan swasta serta pendidikan daerah terpencil
7. Meningkatkan kualitas dan kuantitas sarana ibadah yang lebih memadai.

### **4. Administrasi Pemerintahan**

Tanggamus merupakan salah satu kabupaten di Propinsi Lampung dan merupakan Kabupaten yang tergolong muda, yang dibentuk berdasarkan Undang-undang Nomor 2 tahun 1997 tanggal 3 Januari 1997 dan diresmikan pada tanggal 21 Maret 1997 oleh Menteri Dalam Negeri.

Selanjutnya yang ditunjuk Sebagai Bupati pertama untuk Kabupaten Tanggamus adalah Drs. Ahmad Syah Putra, yang memimpin pemerintahan di Kabupaten Tanggamus Sampai tahun 2003. Pada Tanggal 15 Februari 2003 oleh menteri Dalam Negeri di lantik Pasangan Drs. Hi. Fauzan Sya,ie, dan Bambang Kurniawan. ST sebagai Bupati dan wakil Bupati yang memimpin Roda Pemerintahan di Kabupaten Tanggamus Untuk Priode tahun 2003 s/d 2008.

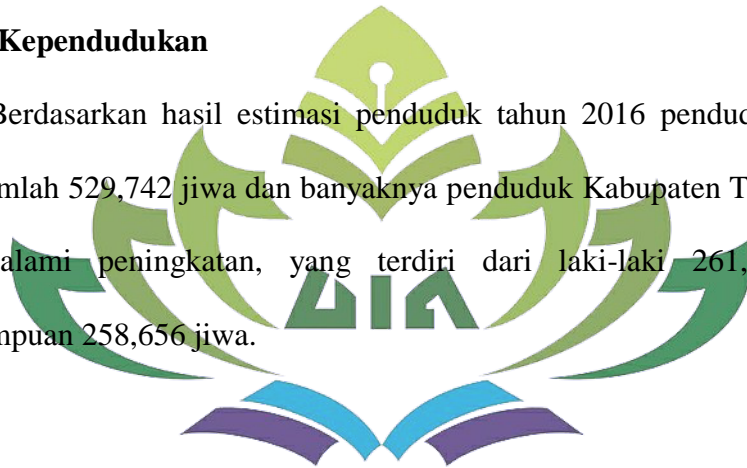
Pada tanggal 15 Februari 2008 Gubernur Lampung atas nama Menterei Dalam Negeri melantik pasangan Hi. Bambang Kurniawan, ST dan Kh. Sujadi Sadat sebagai Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Tanggamus priode tahun 2008 s/d 2013. Pasangan kepala daerah tersebut terpilih melalui Pilkada langsung pertama di Kabupaten Tanggamus

Secara Administratif ketika terbentuk, Kabupaten Tanggamus terdiri dari 11 (sebelas) Wilayah Kecamatan dan 6 (enam) Wilayah Perwakilan Kecamatan. Pada tanggal 19 Juni 2000 disyahkan Peraturan Daerah No. 18 Tahun 2000 tentang Pembentukan Kecamatan dan Tata Kerja Pemerintahan Kecamatan dalam wilayah Kabupaten Tanggamus. Dengan pengesahan Perda tersebut banyaknya kecamatan bertambah 6 (enam) kecamatan sehingga menjadi 17 kecamatan.

Pada tahun 2005 jumlah kecamatan yang ada di Kabupaten Tanggamus bertambah menjadi 24 kecamatan dengan disahkannya Perda Nomor 05 Tahun 2005. Sedangkan Pekon / desa berjumlah 317 desa dengan 7 Kelurahan. Dan pada tahun 2009 jumlah kecamatan yang ada di Kabupaten Tanggamus menjadi 28 kecamatan dengan 371 pekon dan 8 Kelurahan. Selanjutnya pada tanggal 29 Oktober 2008 terbentuk kabupaten pringsewu sebagai pemekaran dari Kabupaten Tanggamus dan secara administrasi terbagi menjadi 20 Kecamatan dan 275 pekon dan 3 kelurahan.

## **5. Data Kependudukan**

Berdasarkan hasil estimasi penduduk tahun 2016 penduduk Tanggamus berjumlah 529,742 jiwa dan banyaknya penduduk Kabupaten Tanggamus terus mengalami peningkatan, yang terdiri dari laki-laki 261,514 jiwa dan Perempuan 258,656 jiwa.





**Tabel 4.3 Data Kependudukan**

No.	NAMA KECAMATAN	JUMLAH PEKON/ KELURAHAN	Jumlah Penduduk	Luas (Km <sup>2</sup> )	Kepadatan (Km <sup>2</sup> )
1.	Wonosobo	23 Pekon	34,431	209,63	164,25
2.	Semaka	20 Pekon	34,852	170,9	203,93
3.	Bandar Negeri Semuong	10 Pekon	17,831	98,12	181,73
4.	Kota Agung	12 Pekon/3 Kel	37,574	76,93	488,42
5.	Pematang Sawa	13 Pekon	17,37	185,29	93,74
6.	Kota Agung Barat	16 Pekon	18,341	101,3	181,06
7.	Kota Agung Timur	11 Pekon	18,251	73,33	248,89
8.	Pulau Panggung	20 Pekon	29,115	437,21	66,59
9.	Ulu Belu	15 Pekon	25,686	323,08	79,5
10.	Air Naningan	7 Pekon	36,14	186,35	193,94
11.	Talang Padang	19 Pekon	42,699	45,13	946,13
12.	Sumberejo	13 Pekon	29,76	56,77	524,22
13.	Gisting	8 Pekon	33,389	32,53	1,026,41
14.	Gunung Alip	11 Pekon	18,414	25,68	717,06
15.	Pugung	26 Pekon	53,081	232,4	228,4
16.	Bulok	8 Pekon	19,694	51,68	381,08
17.	Cukuh Balak	18 Pekon	22,47	133,76	167,99
18.	Kelumbayan	8 Pekon	10,995	121,09	90,8
19.	Kelumbayan Barat	6 Pekon	19,366	240,61	80,45
20.	Limau	10 Pekon	10,283	53,67	191,6
	Tanggamus	278	529,742	2,855,46	185,52

*Sumber Data Primer 2016*

## B. Gambaran Umum Responden

Metode analisis deskriptif merupakan cara menguraikan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai permasalahan. Analisis deskriptif dilakukan peneliti yaitu mendistribusikan jawaban responden dalam bentuk tabel sehingga memperoleh gambaran yang jelas dari distribusi jawaban responden. Gambaran umum objek penelitian tersebut satu persatu dapat diuraikan sebagai berikut:

### 1. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan pada petani kopi Desa Sedayu Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus pada tanggal 7-10 Juni 2018. Dari populasi 45 orang yang berarti karakteristik responden ini di Desa Sedayu Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus.

#### a) Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Usia**

Usia (Tahun)	Responden	Persentase (%)
28-37	13	28,88%
38-45	14	31,11%
>50	18	40%
Jumlah	45	100%

*Sumber: Data primer diolah*

Berdasarkan usianya, responden dalam penelitian ini di dominasi oleh responden yang berusia 28 tahun yaitu sebanyak 13 responden atau 28,88% dari jumlah keseluruhan responden sedangkan responden yang berusia lebih dari 50 tahun menjadi responden yang jumlahnya terbesar yaitu berjumlah 18 responden atau 40%.

## b) Responden Berdasarkan Pendapatan

**Tabel 4.5 Distribusi Berdasarkan Pendapatan**

Pendapatan Per Bulan	Responden	Persentase
<1.000.000	15	33,33%
1.500.000-2.500.000	25	55,55%
>3.000.000	5	11,12%
Jumlah	45	100%

*Sumber: Data Primer diolah*

Berdasarkan tabel di atas, dapat terlihat bahwa jumlah responden yang memiliki tingkat pendapatan yang lebih dari 3.000.000 yaitu berjumlah 5 responden atau 11,12%. Sedangkan yang memiliki tingkat pendapatan sejumlah 1.500.000-2.500.000 berjumlah 25 responden dan responden yang memiliki pendapatan kurang dari 1.000.000 adalah 15 responden atau 33,33%.

## C. Gambaran Hasil Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis *Pengaruh Sumber Daya Insani Terhadap Harga (Kualitas Kopi Sebagai Variabel Intervening)*. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data hasil jawaban responden dengan membagikan kuesioner kepada petani kopi Desa Sedayu Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus.

Alat pengolah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah perangkat lunak (*software*) computer SPSS 2017 dengan metode analisis jalur path.

### 1. Uji Validitas

Pengujian validitas item responden dilakukan dengan bantuan SPSS 17 *for windows*. Uotput yang dihasilkan dari pengolahan SPSS merupakan data  $r_{hitung}$  untuk lebih mengetahui apakah nilainya signifikan atau tidak, maka

dilakukannya uji korelasi dibandingkannya dengan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Agar dapat memperoleh nilai yang signifikan, maka  $r_{hitung}$  harus lebih besar dari  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikan 0,05.

**Tabel 4.6**

**Hasil Uji Validitas Terhadap Sumber Daya Insani ( $X_1$ )**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,712	0,294	Valid
X1.2	0,558	0,294	Valid
X1.3	0,537	0,294	Valid
X1.4	0,549	0,294	Valid
X1.5	0,535	0,294	Valid
X1.6	0,522	0,294	Valid

*Sumber: Data Primer Diolah, 2018*

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan mengenai Sumber Daya Insani ( $X_1$ ) dalam kuesioner mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sebesar 0, 294, maka pertanyaan tersebut valid.

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Validitas Terhadap Kualitas Kopi (M)**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0, 693	0,294	Valid
X2.2	0, 699	0,294	Valid
X2.3	0, 589	0,294	Valid
X2.4	0, 575	0,294	Valid
X2.5	0, 551	0,294	Valid

*Sumber: Data Primer Diolah, 2018*

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan mengenai kualitas kopi (M) dalam kuesioner mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sebesar 0,924, maka pertanyaan tersebut valid.

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Validitas Terhadap Harga (Y)**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1	0,791	0,294	Valid
Y2	0,740	0,294	Valid
Y3	0,528	0,294	Valid
Y4	0,540	0,294	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan mengenai harga (Y) dalam kuesioner mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sebesar 0,294, maka pertanyaan tersebut valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Pengujian suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *cronbach alpha*  $> 0,06$ . Perhitungan nilai koefisien untuk instrumen penelitian yang digunakan diperoleh dari hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas Terhadap Sumber Daya Insani (X<sub>1</sub>)**

Item	Cronbach Alpha	Minimal Cronbach Alpha	Keterangan
X1.1	0,608	0,6	Reliabel
X1.2	0,723	0,6	Reliabel
X1.3	0,686	0,6	Reliabel
X1.4	0,683	0,6	Reliabel
X1.5	0,636	0,6	Reliabel
X1.6	0,822	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, seluruh item pertanyaan dalam kuesioner Sumber Daya Insani ( $X_1$ ) mempunyai *cronbach alpha*  $> 0,6$ , maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut dinyatakan reliabel.

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Realibilitas Terhadap Kualitas Kopi (M)**

Item	Cronbach Alpha	Minimal Cronbach Alpha	Keterangan
X1.1	0,695	0,6	Reliabel
X1.2	0,712	0,6	Reliabel
X1.3	0,620	0,6	Reliabel
X1.4	0,842	0,6	Reliabel
X1.5	0,634	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, seluruh item pertanyaan dalam kuesioner Kualitas Kopi (M) mempunyai *cronbach alpha*  $> 0,6$ , maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut dinyatakan reliabel.

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji Realibilitas Terhadap Harga (Y)**

Item	Cronbach Alpha	Minimal Cronbach Alpha	Keterangan
X1.1	0,706	0,6	Reliabel
X1.2	0,699	0,6	Reliabel
X1.3	0,617	0,6	Reliabel
X1.4	0,846	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, seluruh item pertanyaan dalam kuesioner Harga (Y) mempunyai *cronbach alpha*  $> 0,6$ , maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut dinyatakan reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yaitu uji prasyarat jika kita menggunakan regresi linear. Uji ini antara lain yaitu uji normalitas, multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas, terjadi heteroskedastisitas atau terjadi autokorelasi. Maka hasil analisis regresi dan pengujian seperti uji t dan uji f menjadi tidak valid atau bias.

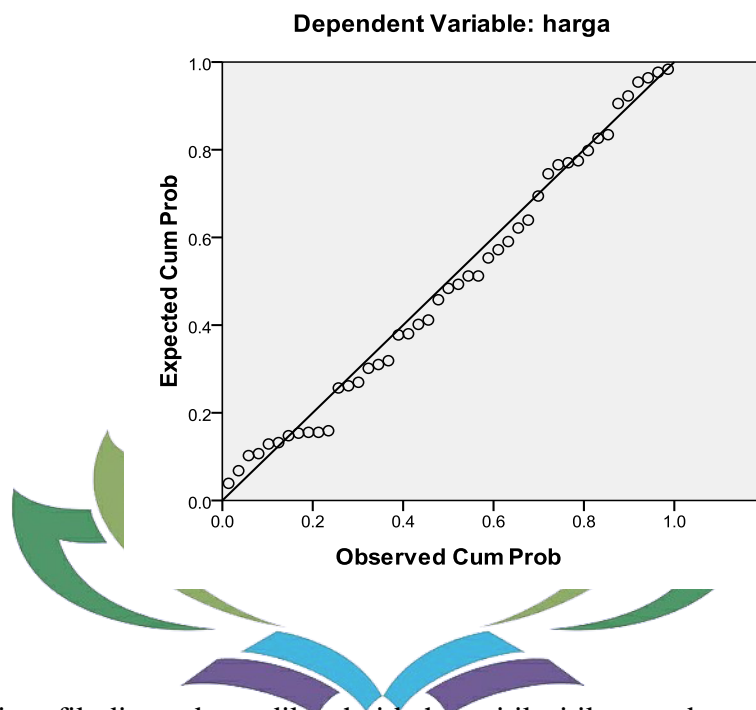
#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data residual terdistribusi secara normal atau tidak. Residual merupakan nilai sisa atau selisih antara nilai variabel dependen y dengan variabel dependen hasil analisis regresi y. Model regresi yang baik adalah yang memiliki data residual yang terdistribusi secara normal. Dua cara yang sering digunakan untuk menguji normalitas residual yaitu dengan analisis grafik (normal p-p plot) regresi dan uji one sample kolmogorov-smirnov.

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode kolmogorov-smirnov jika hasil angka signifikan lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusi normal. Dan pada uji normalitas sebuah data dapat dikenali atau dideteksi dengan uji p-plot dengan melihat persebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik Histogram dari residualnya. Data dikatakan berdistribusi normal, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya.

Berikut hasil uji kedua tersebut antara lain:



**Gambar 4.3****Hasil Uji Normalitas Residual P-Plot****Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa titik-titik penyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka residual pada model regresi tersebut terdistribusi secara normal.

**Tabel 4.12****Hasil Uji Normalitas dengan Metode One Sample Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.85813026
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.091
	Negative	-.053
Kolmogorov-Smirnov Z		.610
Asymp. Sig. (2-tailed)		.850

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal, karena tingkat signifikansi (asym.sig. 2-tailed) > 0,05 yaitu sebesar 0,850.

**b. Uji Multikolinearitas**

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui hubungan yang sempurna antar varaibel bebas dalam model regresi. Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas jika fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua independent dalam fungsi linear. Hasilnya sulit di dapatkan pengaruh antara independent dan dependent variabel. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independet. Berikut hasil dari uji multikolinearitas antara lain:

**Tabel 4.13**  
**Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.287	2.886		1.486	.145	
	sumber daya insani	.091	.112	.118	.807	.424	.970
	kualitas kopi	.378	.176	.315	2.149	.037	.970

a. Dependent Variable: harga

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai tolerance Sumber Daya Insani ( $X_1$ ) sebesar 0,970 dan untuk variabel Kualitas Kopi (M) yaitu 0,970 . Selain itu, nilai VIF Sumber Daya Insani ( $X_1$ ) sebesar 1,031 dan untuk variabel Kualitas Kopi (M) yaitu 1,031 .

**Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas**

No.	Variabel Bebas/ Dependent	Nilai tolerance	Nilai VIF
1.	Sumber Daya Insani ( $X_1$ )	970	1.031
2.	Kualitas Kopi (M)	970	1.031

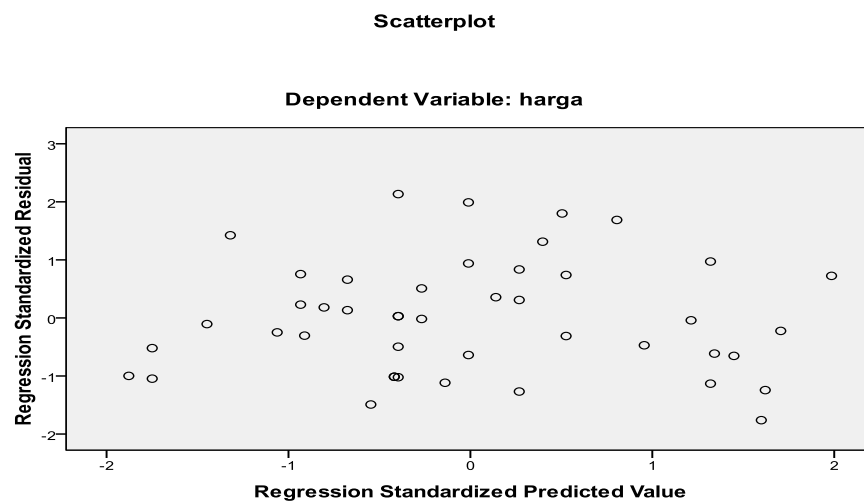
Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel coefisien (nilai tolerance dan vif). Menurut teori Ghozali apabila vif kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0.1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Dari outputs diatas dapat diketahui bahwa nilai vif kurang dari 10 dan nilai

tolerance lebih dari 0.1 untuk kedua variabel, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah multikolinearitas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik tidak terjadi adanya Heteroskedastisitas, dan cara untuk mengetahuinya menggunakan *Scatter plot*.

**Gambar 4.4**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Dari output diatas dapat diketahui bahwa titik-titik membentuk pola yang tidak jelas dan titik-titik menyebar dibawah dan di atas angka 0 pada sumbu

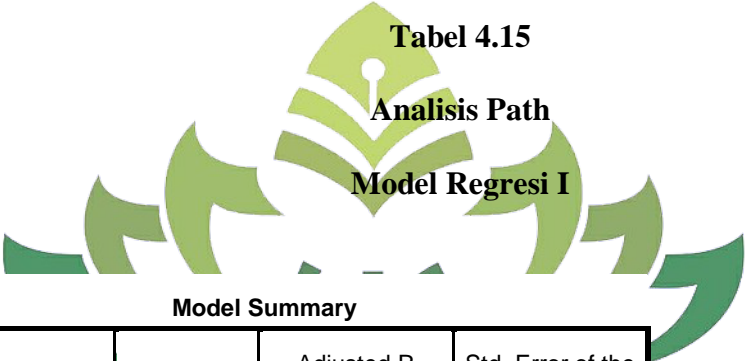
Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedasitas dalam model regresi.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Analisis Jalur Path

Analisis jalur (*path analysis*) merupakan pengembangan statistik regresi, sehingga analisis regresi dapat dikatakan sebagai bentuk khusus analisis jalur. Analisis jalur digunakan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat.

**Tabel 4.15**  
**Analisis Path**  
**Model Regresi I**



**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.172 <sup>a</sup>	.030	.007	1.980

a. Predictors: (Constant), x1

Mengacu pada output Regresi Model I pada bagian tabel Model Summary menjelaskan Y atau nilai R<sup>2</sup> atau nilai R Square adalah sebesar 0,030 atau 3%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau sumbangan X<sub>1</sub> terhadap Y adalah sebesar 3% sementara sisanya 97% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.026	1.937		4.659	.000
x1	.132	.115	.172	1.147	.258

a. Dependent Variable: y

Coefficient: Sig= 0,258 ( $X_1$ )

Dari output diatas pada bagian tabel coefficient dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel yaitu  $X_1 = 0,258$  lebih besar dari 0,05. Hasil ini memberikan kesimpulan bahwa Regresi Model I, yakni variabel  $X_1$  tidak berpengaruh signifikan terhadap Y atau  $H_0$  diterima.

**Tabel 4.16 Model Regresi II****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.355 <sup>a</sup>	.126	.084	1.902

a. Predictors: (Constant), x2, x1

Dari hasil Regresi Model II diketahui analisis jalur X ke Y sebesar 0,258 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima ( $0,258 > 0,05$ ) yang berarti Sumber Daya Insani tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Harga

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.287	2.886		1.486	.145
	x1	.091	.112	.118	.807	.424
	M	.378	.176	.315	2.149	.037

a. Dependent Variable: y

Dari hasil regresi diatas dapat disimpulkan bahwa:

Analisis pengaruh  $X_1$  ke M terhadap Y sebesar:

$$X_1 = 0,424$$

$$M = 0,037$$

Artinya pengaruh langsung  $X_1$  (SDI) ke Y (Harga) = 0,258, sedangkan pengaruh tidak langsung  $X_1$  (SDI) melalui M (Kualitas Kopi) terhadap Y (Harga) adalah  $= 0,424 \times 0,037 = 0,461$ .

Berdasarkan hasil di atas, maka pengaruh total M yang diberikan  $X_1$  (SDI) terhadap Y (Harga) adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung yaitu sebesar  $0,258 + 0,461 = 0,719$ .

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa pengaruh langsung dari  $X_1$  (SDI) ke Y (Harga) sebesar 0,258, dan pengaruh tidak langsung  $X_1$  melalui M terhadap Y sebesar 0,719 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung  $X_1$  melalui M tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Y.



## D. Pembahasan

### 1. Pengaruh Sumber Daya Insani Terhadap Harga

Sumber daya insani adalah seseorang yang siap, mau dan mampu memberikan sumbangan demi tercapainya suatu tujuan dari organisasi. SDI merupakan salah satu unsure produksi seperti bahasn, mesin, modal metode yang merupakan *input* (masukan) yang nantinya akan diolah oleh perusahaan menjadi *output* (keluaran) berupa barang dan jasa yang akan mendukung tercapainya suatu tujuan organisasi atau perusahaan. Untuk mencapai tujuan dari suatu organisasi tidak hanya dibutuhkan bahan mentah, alat-alat pekerja, mesin-mesin produksi, uang, dan lingkungan kerja saja yang baik, akan tetapi juga dibutuhkan SDI yang mumpuni, karena SDI juga merupakan actor=faktor produksi. Seperti faktor produksi yang lainnya yang mana oleh perusahaan *input* (masukan) akan diolah menjadi *output* (keluaran). Karyawan baru yang belum terlatih dan belum mempunyai keterampilan dilatih agar menjadi tenaga professional, terampil, dan ahli

Dalam mengembangkan sumber daya insani sektor pertanian yaitu pola pikir dan perilaku petani masih berorientasi pada aspek produksi, lemahnya kapasitas kelembagaan petani dan rendahnya kemandirian petani. Selain itu juga masih lemahnya akses petani terhadap modal, teknologi, sarana produksi dan informasi pasar. Adapun langkah untuk meningkatkan sumber daya insani dengan

melakukan pengembangan model pendidikan, pelatihan, dan penyuluhan. Dengan adanya langkah tersebut diharapkan mampu meningkatkan produktifitas dan harga dari petani kopi sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan petani kopi yang didukung dengan pemberdayaan, dan pengembangan kelembagaan serta perlindungan untuk para petani.

Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab cerminan dari komitmen syariah Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya. Petani kopi desa sedayu menerapkan harga yang adil antara penjual dan pembeli sehingga tidak ada salah satu pihak yang merasa dirugikan seperti yang telah diajarkan dalam islam.

Makna yang terkandung pada konsepsi keadilan Islam ialah menempatkan sesuatu pada tempatnya, membebaskan sesuatu sesuai daya pikul seseorang, memberikan sesuatu yang memang menjadi haknya dengan kadar yang seimbang. Adil adalah memberikan hak

kepada orang yang berhak menerimanya tanpa ada pengurangan, dan meletakkan segala urusan pada tempat yang sebenarnya tanpa ada aniaya, dan mengucapkan kalimat yang benar tanpa ada yang ditakuti kecuali terhadap Allah SWT saja. Islam memerintahkan kepada kita agar kita berlaku adil kepada semua manusia, Allah berfirman dalam QS An-Nisa': 135 yang artinya "Hai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang-orang yang benar-benar menegakkan keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapak dan kaum kerabatmu".

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa sumber daya insani tidak berpengaruh terhadap harga kopi. Tinggi atau rendahnya Sumber Daya Insani tidak berpengaruh terhadap harga namun kualitas kopi yang baiklah yang akan meningkatkan harga jual kopi

## **2. Pengaruh Sumber Daya Insani Terhadap Harga Dengan Intervening Kualitas Kopi.**

Keberadaan manusia sebagai SDI sangat penting bagi suatu perusahaan. Kualitas SDI dari setiap organisasi harus ditingkatkan. Kualitas tersebut meliputi, kualitas moral/*spiritual*, kualitas intelektual, serta kualitas fisik, sehingga SDI yang tersedia bisa menjawab tantangan pada masa depan. SDI sendiri sangat menunjang perusahaan melalui karya, bakat, kreativitas, dorongan, dan peran nyata dapat disaksikan sebagai karyawan, manajer/pemimpin, komisaris, dan

pemilik. Sama halnya dengan sumber daya insani petani kopi yang terus melakukan peningkatan pada petani tersebut, karena apabila semakin baik SDI petani kopi desa sedayu maka semakin akan memberikan kualitas baik untuk kopi yang mereka kelola dengan melakukan beberapa tahap seperti penyuluhan mengenai kopi untuk menjaga kualitas yang baik. Karena, dalam perkembangan saat ini dapat dikatakan para petani di Indonesia memiliki kualitas sumber daya insani yang masih rendah. Sehingga dikatakan pendapatan yang diperoleh petani masih rendah, hal ini dapat dilihat berdasarkan tabel berikut ini:

**Tabel 4.17**

**Hasil Penjualan Kopi di Desa Sedayu Kec Semaka dalam 3 Bulan Terakhir**

Bulan	Nama Produk	Harga PerKG	Volume Penjualan	Nilai Penjualan
Februari	Kopi Arabica	Rp. 50.000	47	Rp. 2.350.000
	Kopi Liberika	Rp. 30.000	35	Rp. 1.050.000
	Kopi Robusta	Rp. 20.000	30	Rp. 600.000
				<b>Rp. 4.000.000</b>
Maret	Kopi Arabica	Rp.50.000	39	Rp. 1.950.000
	Kopi Liberika	Rp. 30.000	37	Rp. 1.110.000
	Kopi Robusta	Rp. 20.000	24	Rp. 480.000
				<b>Rp.3.540.000</b>
April	Kopi Arabica	Rp. 50.000	30	Rp. 1.500.000
	Kopi Liberika	Rp. 30.000	27	Rp. 810.000
	Kopi Robusta	Rp. 20.000	32	Rp. 640.000
			<b>Total</b>	<b>Rp. 2.950.000</b>

Dilihat dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa terlihat adanya penurunan pada penjualan produk kopi. Sehingga para petani haruslah berbenah kembali, baik melihat dari segi harga ataupun kualitas dari produk itu sendiri.

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa sumber daya insani berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas kopi. Hasil ini menunjukkan bahwa dengan melakukan penyuluhan dan pengelolaan kopi maka akan menjadi nilai tambah dan dapat meningkatkan kualitas kopi pada sumber daya insani desa Sedayu sehingga harga akan meningkat.

Namun kualitas juga menjadi indikator harga dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Kualitas dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk. Adapun indikator yang mencirikan kualitas produk kopi yaitu penampilan produk yang menarik untuk menjadikan harga yang lebih tinggi sehingga dapat menyesuaikan apa yang telah dikerjakan para petani dalam pengelolaan kopi dengan demikian tidak terjadinya ketimpangan dari salah satu pihak petani kopi maupun calon pembeli.

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa sumber daya insani berpengaruh terhadap harga dan variabel intervening kualitas kopi berpengaruh positif kepada petani kopi desa Sedayu. Hasil ini menunjukkan bahwa dengan indikator harga dan kualitas kopi menjadikan sumber daya insani dapat mensejahterakan petani kopi desa Sedayu.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis pengaruh sumber daya insani terhadap harga dan kualitas kopi sebagai variabel intervening, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian analisis jalur path, variabel independen yaitu sumber daya insani tidak berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu harga. Variabel sumber daya insani merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kualitas kopi. Hal ini dibuktikan pada kuesioner, dimana responden setuju dengan seluruh pernyataan bahwa petani kopi lebih mempertimbangkan harga dari pada kualitas produk.
2. Sumber daya insani merupakan elemen utama organisasi dibandingkan dengan elemen lain seperti modal, teknologi, dan uang. Karena, manusia yang mengendalikan yang lainnya, disamping itu manusia dapat menjadi salah satu sumber keunggulan bersaing. Oleh karena itu, pengelolaan sumber daya insani dalam organisasi menjadi satu hal yang sangat penting. Maka semakin baik sumber daya insani petani kopi dapat meningkatkan kualitas kopi menggunakan alat bantu teknologi karena sumber daya insani tersebut akan lebih efektif dan efisien jika dikembangkan dengan melakukan penyuluhan secara rutin dalam proses peningkatan mutu sumber daya insani, yang akan menghasilkan sumber daya insani yang bermutu juga. Dan Islam sangat menjunjung tinggi

keadilan (*al- 'adl/justice*), termasuk juga dalam penentuan harga. Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Penentuan harga ditetapkan bagaimana kinerja sumber daya insani pada petani kopi dan memberikan kualitas yang baik pada produk kopi yang dihasilkan, sehingga dapat mensejahterakan ekonomi petani kopi desa Sedayu.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka peneliti dapat memberikan saran atau masukan sebagai berikut:

### 1. Kepada Petani

Agar petani dapat meningkatkan produktifitas kopi dengan memperhatikan pemeliharaan tanaman, pemupukan, agar dapat menghasilkan produksi kopi yang besar dan lebih memperhatikan pemakaian sarana produksi sehingga biaya yang dikeluarkan dapat diminimalisirkan dan produksi yang diperoleh cukup tinggi, karena komposisi yang paling besar ada pada sarana produksi.

### 2. Kepada Pemerintah

Sebaiknya pemerintah memberikan kebijakan pada harga kopi, sehingga petani dapat memperoleh keuntungan yang tinggi, karena sampai saat ini pedaganglah yang menentukan harga, sementara petani tidak memiliki posisi tawar yang memadai



## DAFTAR PUSTAKA

- Abu Fahmi, Agus Siswanto, dkk. *HRD Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2014
- AEKI. *Luas Areal dan Produksi Kopi di Indonesia*. Jakarta. Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia. 2012
- Angipora. *Pengaruh Kualitas Produk*. Semarang: Journal Of Management Vol. 2 No. 3.
- Bappeda Fokus Kembangkan Kopi Tanggamus. *Harian Pilar*. Dikutip pada tanggal 29 september 2016, Lampung, Bappeda Tanggamus
- Buchari Alma Dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014
- Dedi Trisnadi, Dkk. *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di Cimb Niaga*, Jurnal MIX, Colume 6 No. 3, Oktober 2013
- Fathoni Abdurahmant. *Metedologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta. 2005
- Ginting. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Bandung: Yrama Widya. 2011
- Hasan Ali. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Bisnis Pelajar. 2009
- Hasan Iqbal. *Pokok-pokok Materi Metodologi dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2012
- Heri Setiawan, dkk. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening*, Journal Of Management, Volume 2 No. 2 Maret 2016
- <http://elib.unikom.ac.id/download.php?id=95573> , diakses pada tanggal 25 Maret 2017 pukul 10:12
- Huda Nurul, *Ekonomi Makro Islam*, Jakarta: Kencana Media, 2009
- Ibnu Khaldun, *Mukaddimah*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001
- Idianto. *Ekonomi Pertanian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2006
- Idrus. *Menuju Insan Kamil*. Solo. CV. Aneka. 2010
- Karim Adawarman A. *Ekonomi mikro Islam*. Jakarta: Raja Grafindo persada. 2010
- Kotler dan Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2008
- Kotler dan Amstrong. *Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal EMBA. Vol. 1 No. 3, juni
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, Diterjemahkan Oleh Jaka Wasana. (Jakarta: PT Indeks, 2005

- Latifa M, Algoud dan Marvyn. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta: 2005
- Martono Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Raja Grafindo persada. 2012
- Muhammad Ismail Al Kahlani, *Subulus Al-Salam*, Juz 3, Cet. Ke-4 (Mesir: Maktabah Musthafa Al-Babiy Al-Halaby, 1960
- Mustofa, *Enterpreneurship Syariah: (Menggali Nilai-Nilai Dasar Manajemen Bisnis Rasulullah)*, Jurnal Al-Mizan Vo. 9 No.1 1 Juni 2013 ISSN : 1907-0985
- Namawi Hadari. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajahmada Univercity Press. 2007
- Nuryadin M Birusman. *Harga Dalam Perspektif Islam*. (MAZAHIB Vol. IV, No. 1 Juni 2017). Dikutip pada tanggal 7 Februari 2018
- Notoatmodjo Soekodjo. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2009
- Priyatno Duwi. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis dan Penulisan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media. 2010
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Press, 2009
- RI Departemen Agama. *Al-Qur'an Tajwid dan terjemah*. Diponegoro: Jawa Barat. 2010
- Rivai Veithzal. *Islamic Human Capital Ed 1*. Jakarta: Rajawali Press. 2009
- Rivai Veithzal. *Kepemimpinan dan Prilaku Orang*. Jakarta: Rajawali Press. 2009
- Rivai Veithzal, Basalamah, Salim, dan Muhammad Natsir. *Islamic Human Capital Manajement*. Jakarta: Rajawali Press. 2014
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2013
- Sugiyono. *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2011
- Sugiyono. *Statistika Penelitian*. Bandung: Alfabeta. 2007
- Sugiyono. *Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta. 2001
- Suharyadi, SK Purwanto. *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat. 2004
- Sujarwani V Wiratna. *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2015
- Supriadi Dedi. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia. 2013
- Supriadi. *Kualitas Produk, Merek dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Percetakan Mitra Cars di Manado*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen. Manado. 2013

Tanjung Hendri. *Management Syariah dalam Praktik 9 Nabi dan Rasul*. Jakarta: PT. Gramedia. 2014

Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2008

Tjiptono Fandy, *Brand Manajemen And Strategy*, Yogyakarta: Andi Offset, 2008

Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Cet. 5, Yogyakarta: Andi Offset, 2001

Umar Husein. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2013

Umam Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia Bandung. 2013

Wibowo Sukarno. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia. 2013

Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Alih Bahasa Zainal Arifin, Jakarta: Gema Insani. 1999



### 3. Kepada Peneliti

Kepada peneliti selanjutnya agar lebih memperhatikan pemakaian sarana produksi khususnya pada pemakaian pupuk yang efektif agar dapat hasil yang efisien, sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani. Apabila pendapatan petani semakin meningkat maka kehidupan para petani juga semakin sejahtera.



# LAMPIRAN



## KUESIONER PENELITIAN

Dengan hormat,

Sehubungan dengan kegiatan penyusunan skripsi, saya melakukan penelitian yang berjudul: **“Analisis Pengaruh Sumber Daya Insani Terhadap Harga (Kualitas Kopi Sebagai Variabel Intervening). (Studi Kasus Pada Petani Kopi Desa Sedayu Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus)”**

Berdasarkan hal tersebut, maka saya mohon anda dapat meluangkan waktu untuk mengisi daftar kuesioner yang terlampir.

Tujuan dari penyebaran kuesioner ini adalah untuk memperoleh informasi mengenai Analisis Pengaruh Sumber Daya Insani Terhadap Harga Dan Kualitas Kopi Sebagai Variabel Intervening. Informasi yang anda berikan akan sangat membantu dalam penelitian ini. Oleh karena itu, besar harapan saya bahwa anda dapat memberikan informasi yang sebenarnya.

Atas kerjasama dan waktu anda untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

**Isnaini Susbadiyah**

**NPM. 1451010059**

**A. Informasi Umum**

- a) Nama :
- b) Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
- c) Status : ☐ Belum Menikah  
☐ Sudah Menikah
- d) Umur : .... tahun

**B. Pernyataan Variabel  $X_1$  (Sumber Daya Insani),  $X_2$  (Kualitas Kopi), Y (Harga)**

Petunjuk Pengisian: Berilah tanda (✓) pada kolom jawaban yang menurut anda paling sesuai.

Keterangan :

SS: Sangat Setuju

S: Setuju

KS: Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS :Sangat Tidak Setuju



**Sumber Daya Insani (X<sub>1</sub>)**

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Kedisiplinan petani kopi sudah cukup baik karena dalam bekerja sebagai petani kopi mereka sudah melakukan sesuai dengan prosedur yang ada					
2	Dalam bekerja para petani sudah bekerja sesuai dengan sistem yang telah ditentukan					
3	Dalam pemeliharaan sampai dengan pemanenan kopi sudah pada waktu yang tepat dan kopi yang dihasilkan juga cukup berkualitas					
4	Dalam hal penyuluhan, petani mudah menyerap atau menanggapi apa yang sudah petani dapatkan sehingga mudah menerapkan dilapangan					
5	Dari hasil penyuluhan yang telah petani dapatkan dan terapkan dilapangan, petani menghasilkan kopi yang berkualitas					
6	Para petani diberikan bimbingan satu tahun dalam sekali tentang pengelolaan kopi					

**Kualitas Kopi (M)**

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Ketika saya membeli produk kopi arabika saya tidak memperhatikan kualitas kopi tersebut					
2	Saya memilih produk kopi arabika karena saya yakin produk tersebut memiliki cita rasa yang berbeda					
3	Kualitas yang diberikan produk kopi arabika sesuai dengan kualitas kopi pada umumnya					
4	Saya kurang puas dengan rasa yang diberikan pada produk kopi arabika					
5	Produk kopi arabika mampu					

	memberikan kesan kualitas yang baik					
--	-------------------------------------	--	--	--	--	--

### Harga (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Harga kopi arabika dari desa Sedayu sudah bisa dikatakan dapat bersaing dengan produk kopi lainnya					
2	Harga yang ditawarkan oleh petani sudah sesuai dengan kualitas kopi					
3	Harga kopi arabika di desa Sedayu dapat diperoleh kalangan masyarakat menengah ke bawah hingga menengah ke atas					
4	Harga kopi yang ditawarkan lebih terjangkau atau lebih relatif rendah dibanding produk kopi lainnya					



**Hasil Output Uji Validitas**  
**Variabel Sumber Daya Insani (X<sub>1</sub>), Kualitas Kopi (M) Dan Harga (Y)**

**Sumber Daya Insani (X<sub>1</sub>)**

		Correlations						
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	skortotal
x1.1	Pearson Correlation	1	-.202	-.351 <sup>+</sup>	.337 <sup>+</sup>	.094	.000	.712
	Sig. (2-tailed)		.182	.018	.023	.540	1.000	.147
	N	45	45	45	45	45	45	45
x1.2	Pearson Correlation	-.202	1	.453 <sup>**</sup>	.061	.081	.104	.558 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.182		.002	.692	.599	.495	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45
x1.3	Pearson Correlation	-.351 <sup>+</sup>	.453 <sup>**</sup>	1	-.141	.012	.099	.537 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.018	.002		.357	.938	.516	.003
	N	45	45	45	45	45	45	45
x1.4	Pearson Correlation	.337 <sup>+</sup>	.061	-.141	1	.118	.136	.549 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.023	.692	.357		.441	.373	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45
x1.5	Pearson Correlation	.094	.081	.012	.118	1	-.024	.535 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.540	.599	.938	.441		.876	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45
x1.6	Pearson Correlation	.000	.104	.099	.136	-.024	1	.522 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	1.000	.495	.516	.373	.876		.004
	N	45	45	45	45	45	45	45
Skortotal	Pearson Correlation	.220	.558 <sup>**</sup>	.437 <sup>**</sup>	.549 <sup>**</sup>	.535 <sup>**</sup>	.422 <sup>**</sup>	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.000	.004	
N	45	45	45	45	45	45	45

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Kualitas Kopi (M)

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	skortotal
x2.1	Pearson Correlation	1	.327*	.312*	.018	-.092	.693**
	Sig. (2-tailed)		.028	.037	.908	.549	.000
	N	45	45	45	45	45	45
x2.2	Pearson Correlation	.327*	1	-.018	.182	.456**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.028		.907	.232	.002	.000
	N	45	45	45	45	45	45
x2.3	Pearson Correlation	.312*	-.018	1	-.266	.017	.589**
	Sig. (2-tailed)	.037	.907		.077	.909	.001
	N	45	45	45	45	45	45
x2.4	Pearson Correlation	.018	.182	-.266	1	.069	.575
	Sig. (2-tailed)	.908	.232	.077		.650	.067
	N	45	45	45	45	45	45
x2.5	Pearson Correlation	-.092	.456**	.017	.069	1	.551**
	Sig. (2-tailed)	.549	.002	.909	.650		.002
	N	45	45	45	45	45	45
skortotal	Pearson Correlation	.693**	.699**	.489**	.275	.451**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.002	
	N	45	45	45	45	45	45

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Harga (Y)

### Correlations

		y1.1	y1.2	y1.3	y1.4	skortotal
y1.1	Pearson Correlation	1	.396**	.375*	.239	.791**
	Sig. (2-tailed)		.007	.011	.114	.000
	N	45	45	45	45	45
y1.2	Pearson Correlation	.396**	1	.081	.423**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.007		.595	.004	.000
	N	45	45	45	45	45
y1.3	Pearson Correlation	.375*	.081	1	-.124	.528**
	Sig. (2-tailed)	.011	.595		.419	.000
	N	45	45	45	45	45
y1.4	Pearson Correlation	.239	.423**	-.124	1	.540**
	Sig. (2-tailed)	.114	.004	.419		.000
	N	45	45	45	45	45
Skortotal	Pearson Correlation	.791**	.740**	.528**	.540**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	45	45	45	45	45

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Hasil Output Uji Reliabilitas

#### SDI (X<sub>1</sub>), Kualitas Kopi (M), dan Harga (Y)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	45	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	45	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.665	6

### Item-Total Statistics

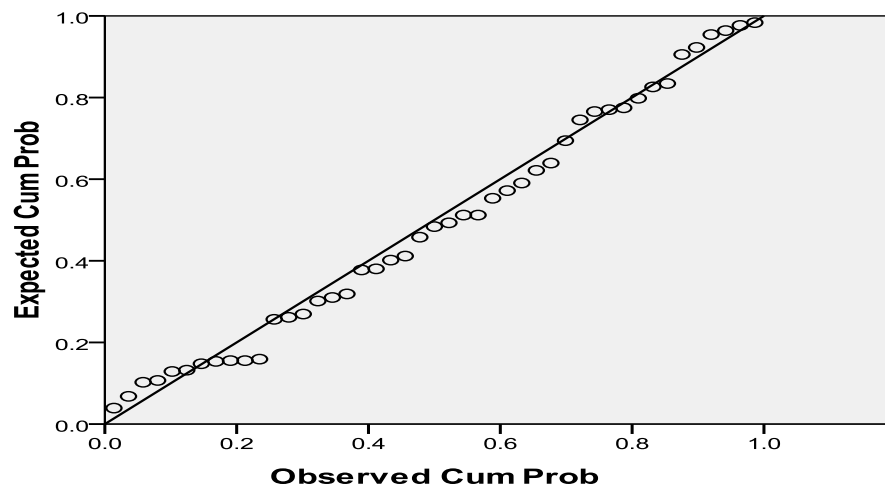
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	14.60	6.382	-.028	.608
x1.2	13.44	4.934	.255	.723
x1.3	14.13	5.436	.050	.686
x1.4	13.67	4.818	.167	.683
x1.5	13.53	4.845	.113	.636
x1.6	13.62	5.604	.130	.822

### Hasil Output Uji Normalitas

SDI ( $X_1$ ), Kualitas Kopi (M), dan Harga (Y)

### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: harga



### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.85813026
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.091
	Negative	-.053
Kolmogorov-Smirnov Z		.610
Asymp. Sig. (2-tailed)		.850

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Hasil Output Uji Multikolinearitas SDI (X<sub>1</sub>), Kualitas Kopi (M), dan Harga (Y)

#### Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kualitas kopi, sumber daya insani <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.355 <sup>a</sup>	.126	.084	1.902

a. Predictors: (Constant), kualitas kopi, sumber daya insani



ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21.861	2	10.931	3.022	.059 <sup>a</sup>
	Residual	151.917	42	3.617		
	Total	173.778	44			

a. Predictors: (Constant), kualitas kopi, sumber daya insani

b. Dependent Variable: harga

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.287	2.886		1.486	.145		
	sumber daya insani	.091	.112	.118	.807	.424	.970	1.031
	kualitas kopi	.378	.176	.315	2.149	.037	.970	1.031

a. Dependent Variable: harga

Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimensi	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	sumber daya insani	kualitas kopi
1	1	2.978	1.000	.00	.00	.00
	2	.016	13.610	.04	.90	.23
	3	.006	22.226	.96	.10	.77

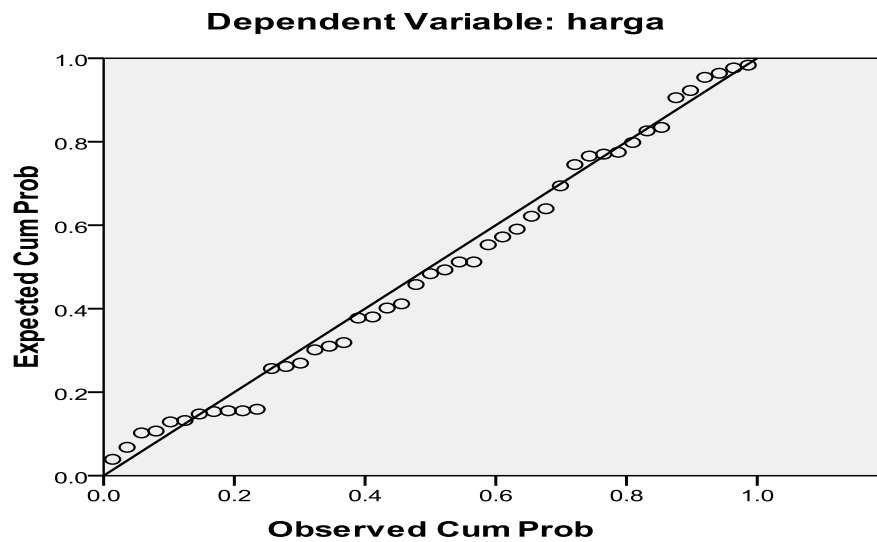
a. Dependent Variable: harga

**Hasil Output Uji Heteroskedasitas**  
**SDI ( $X_1$ ), Kualitas Kopi (M), dan Harga (Y)**

Variables Entered/Removed			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	M, x1 <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



**Hasil Output Uji Path**  
**SDI ( $X_1$ ), Kualitas Kopi (M), dan Harga (Y)**

**Model Rergesi I**

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x1 <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: y

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.172 <sup>a</sup>	.030	.007	1.980

a. Predictors: (Constant), x1

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.159	1	5.159	1.316	.258 <sup>a</sup>
	Residual	168.618	43	3.921		
	Total	173.778	44			

a. Predictors: (Constant), x1

b. Dependent Variable: y

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.026	1.937		4.659	.000
x1	.132	.115	.172	1.147	.258

a. Dependent Variable: y

## Model Rergesi II

**Variables Entered/Removed**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	M, x1 <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.355 <sup>a</sup>	.126	.084	1.902

a. Predictors: (Constant), x2, x1

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21.861	2	10.931	3.022	.059 <sup>a</sup>
	Residual	151.917	42	3.617		
	Total	173.778	44			

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.287	2.886		1.486	.145
x1	.091	.112	.118	.807	.424
M	.378	.176	.315	2.149	.037

a. Dependent Variable: y



